

دورية علمية متخصصة ومحكمة
يصدرها كل ثلاثة أشهر معهد الإدارة العامة
الرياض - المملكة العربية السعودية

فى هذا العدد :

• المجلد الثانى والأربعون • العدد الأول • محرم ١٤٢٣هـ • أبريل ٢٠٠٢م

بسم الله الرحمن الرحيم

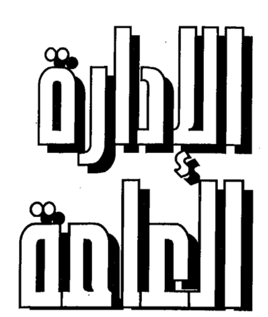
ردمـــــد : ٠٢٥٦-٩٠٣٥
ISSN. 0256-9035
رقم الإيداع : ٠١٣٧ / ١٤



دورية علمية متخصصة ومحكمة
يصدرها كل ثلاثة أشهر معهد الإدارة العامة
الرياض - المملكة العربية السعودية

فى هذا العدد :

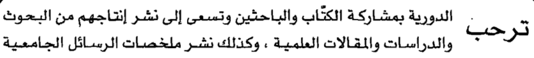
المجلد الثانى والأربعون • العدد الأول • محرم ١٤٢٣هـ • أبريل ٢٠٠٢م



• المجلد الثانى والأربعون

• العدد الأول

تُعبِّر البحوث والدراسات والمقالات التى تنشر فى الدورية عن آراء كاتبيها ، ولا تُعبِّر بالضرورة عن رأى المعهد .



ترحب الدورية بمشاركة الكتّاب والباحثين وتسعى إلى نشر إنتاجهم من البحوث والدراسات والمقالات العلمية ، وكذلك نشر ملخصات الرسائل الجامعية وعروض الكتب وفقًا للشروط والقواعد والمواصفات التالية :

- الإدارة العامة دورية علمية متخصصة ومحكمة لا تقبل الأعمال التى لا تتبع الأسلوب والمنهج العلمى فى الكتابة .
- تنشر الدورية الأعمال العملية المتصلة بحقل الإدارة وحقول المعرفة الأخرى ذات العلاقة بها ، التى لم يسبق نشرها أو تقديمها للنشر إلى جهات أخرى .
- يتم عرض جميع الأعمال العلمية المقدمة للنشر فى الدورية على هيئة تحرير الدورية ، ويرسل الملائم منها بشكل سرى إلى محكمين متخصصين فى موضوع العمل العلمى .
- تُشعر الدورية صاحب العمل العلمى المقبول بموعد نشره ، كما تزوده بنسختين من الدورية بعد صدورها وعشر مستلات من العمل المنشور .
- العمل الذى يقدم للدورية لا يعاد لكاتبه .
- تصرف مكافأة رمزية عن العمل العلمى الذى يجاز نشره .
- لا يعاد نشر أى عمل علمى نشر فى الدورية بأى شكل من الأشكال أو بأى لغة فى أى جهة أخرى إلا بإذن خطى من رئيس التحرير .
- فى حالة استخدام أداة لجمع البيانات ، يجب إرفاق الأداة مع العمل العلمى .
- تعبّر الأعمال التى تنشر فى الدورية عن آراء كاتبيها ، ولا تعبّر بالضرورة عن رأى المعهد .

توجه المراسلات المتعلقة بالتحرير إلى العنوان التالى :

مركز البحوث ، معهد الإدارة العامة - الرياض ١١١٤١ ، المملكة العربية السعودية
رئيس تحرير دورية (الإدارة العامة) - هاتف : ٤٧٨٧٥٧٢
سكرتير التحرير هاتف : ٤٧٤٥٠٨٣ - فاكس : ٤٧٤٥٥٤٢
E-mail : journal@ipa.edu.sa
WWW.ipa.edu.sa/rescarch

قواعد النشر فى الدورية

يراعى فى الأعمال المقدمة للنشر فى الدورية أن تكون متّسمة بالجدة والأصالة والموضوعية ، ومكتوبة بلغة عربية سليمة وأسلوب واضح مترابط، مع الالتزام بما يلى :

١ - نسخ العمل العلمى بواسطة الحاسوب وبمسافات مزدوجة بين الأسطر ، مع ترك مسافة (٤) سم على الهامشين وكذلك مسافة (٤) سم فى أعلى وأسفل الصفحة .

٢ - ألا يزيد حجم العمل المقدم على (٤٠) صفحة ولا يقل عن (٢٠) صفحة بما فى ذلك قائمة المراجع والملاحق .

٣ - بعد استكمال إجراءات التعديل وقبول العمل العلمى فى الدورية يقدم مطبوعًا على قرص الحاسب حسب المواصفات الفنية لنسخ دورية الإدارة العامة .

٤ - ترتب صفحات العمل العلمى حسب التسلسل التالى :

- الغلاف ، ويتضمن : عنوان البحث واسم الكاتب (باللغتين العربية والإنجليزية) ، الوظيفة التى يشغلها ، وكذلك جهة العمل .
- الصفحة الأولى ، وهى بداية المتن أو النص ، وتأخذ رقم (١) .
- يستمر تسلسل ترقيم صفحات العمل العلمى حتى نهاية قائمة المراجع والملاحق .

٥ - يكون لكل عمل علمى مستخلصان : أحدهما بالعربية والآخر بالإنجليزية على ألا يتجاوز عدد كلمات كل منهما (١٥٠) كلمة ، ويراعى أن يتضمن المستخلص أهم الحقائق والاستنتاجات التى تم التطرق لها فى ثنايا العمل العلمى .

٦ - ترفق السيرة الذاتية لمعد العمل فى صفحة منفصلة بحيث تشمل : الاسم والعنوان ، الدرجة العلمية والتخصص ، العمل الحالى وجهته ، وأهم الإنجازات العلمية .

٧ - التوثيق العلمى : يجب أن يراعى فى عملية التوثيق العلمى أثناء الاقتباس وكذلك عند كتابة قائمة المراجع الشكل الإجرائى التالى :

أ - الاقتباس :

- عندما يكون الاقتباس عامًا فإنه يشار إلى مصدر / مصادر اقتباس الفكرة وذلك بوضع الاسم الأخير للمؤلف / للمؤلفين ، وسنة النشر بين قوسين :

(الحمد ، ١٤١٢هـ) . (Deming, 1986)

- عند الاقتباس أو الاستشهاد بمرجع سبقت الإشارة إليه فى متن البحث ، يذكر اسم المؤلف أولاً ثم توضع سنة النشر بين قوسين :

، الحمد (١٤١٢هـ) . Deming (1986) ،

- إذا ورد اسم المؤلف فى نفس الفقرة بحيث لا يمكن الخلط بينه وبين دراسات أخرى فإنه يكتفى بذكر اسم الكاتب فقط :

وقد وجد الحمد أيضًا ...

وقد وجد Deming أيضًا ...

- عند الاقتباس أو الاستشهاد بالعديد من المصادر المختلفة ، توضع أسماء المؤلفين وسنوات النشر بين قوسين :

(الحمد ، ١٤١٣هـ ؛ السنارى ، ١٤١٥هـ) .

(Selye, 1984; Deming, 1986; Sallis, 1993)

- عند الاقتباس أو الاستشهاد بأكثر من مرجع لمؤلف واحد وفى نفس العام ، يميز بين المراجع باستخدام ترتيب الأحرف الهجائية لكل مرجع ، بحيث توضع هذه الأحرف بعد سنة الإصدار مباشرة :

(الحمد ، ١٤١٣ أ) ، (الحمد ، ١٤١٣ ب) .

(AL-Hamad, 1994b)   (AL-Hamad, 1994a)

- عند الاقتباس من عمل لأكثر من مؤلف تذكر فى المرة الأولى الألقاب (الأسماء الأخيرة) لجميع المؤلفين تليها سنة النشر بين قوسين :

خليفة ، الحسن ، وأنس (١٤١٦هـ)

Williams, Jones, Smith, and Bradner (1983)

- وفى المرات التالية يذكر اللقب (الاسم الأخير) للمؤلف الأول تليه عبارة وآخرون تليها سنة النشر بين قوسين :

خليفة وآخرون . (١٤١٦هـ)

Williams et at. (1983)

- عندما يكون الاقتباس نصًا يذكر رقم صفحة أو صفحات الاقتباس بعد سنة النشر مباشرة :

(الحمد ، ١٤١٣ : ١٤٤)   (Deming, 1986 : 9)

الحمد ، (١٤١٣ : ٢٠)   Deming, (1986 : 30)

ب - إعداد قائمة المراجع العلمية :

- يضمن أى مرجع يشار إليه فى متن البحث أو الدراسة فى قائمة المراجع .
- تصنف المراجع العلمية فى قائمة واحدة مهما كانت مصادرها : دوريات ، كتب ، نشرات رسمية ، مجلات ... إلخ . وتوضع المراجع العربية فى صفحة مستقلة تليها المراجع الأجنبية فى صفحة أخرى . وترتب المراجع هجائيًا حسب الاسم

(الأخير للمؤلف) ، سنة النشر ، عنوان الكتاب أو البحث ، المدينة / الدولة ، الناشر ، وذلك على النحو التالى :

- البحوث والدراسات :

الطويل ، محمد (١٤١٠) . " التجربة الخليجية فى مجال التدريب الإدارى ومشكلاته" ، **الإدارة العامة** ، الرياض : معهد الإدارة العامة ، ٦٥ : ٧ -٥٠ .

Wolf, R. (1994). "Organizational Innovation : Review, Criticue and suggested research ditections". **Journal of Management Studies,** 31 : 405 - 431.

ج - الكتب :

- هيجان ، عبدالرحمن (١٤١٩هـ) . **ضغوط العمل : منهج شامل لدراسة مصادرها ونتائجها وكيفية إدارتها** . الرياض : معهد الإدارة العامة .

Schein, E.H. (1992). **Organizational Culture and Leadership**, San Francisco : Jossey - Bass

د - فصل فى كتاب :

- الشقاوى ، عبدالرحمن (١٤١٦) . أجهزة التنمية الإدارية . فى محمد الطويل وآخرون ، **الإدارة العامة فى المملكة العربية السعودية** . الرياض : معهد الإدارة العامة . ص ص . ١٤٥-١٧٤.

هـ - النشرات والوثائق الرسمية :

- **التقرير الإحصائى السنوى (١٤٢٠)** . الرياض : وزارة المالية والاقتصاد الوطنى .
- **نظام معهد الإدارة العامة** الصادر بالمرسوم الملكى رقم (٩٣) وتاريخ ١٣٨٠/١٠/٢٤هـ .
- **قرار مجلس الوزراء رقم (٥٢٠)** وتاريخ ١٣٨٣/٧/٥هـ بشأن تشكيل لجنة عليا للإصلاح الإدارى ولجنة إدارية تحضيرية .

و - الرسائل الأكاديمية :

- Almaayoof, S. M. (1993). **Factors Influeneing the Utilization of IPA Consultations by Saudi Public Sector Organizations**. Unpublished doctoral dissertation, University of Pittsburgh, Pittsburgh, USA.

٨ - الملاحق : توضع الملاحق بشكل مستقل بعد نهاية المراجع مباشرة .

قواعد نشر عروض الكتب :

يراعى فى الكتاب موضوع العرض أن يكون متميزًا ومحتويًا على إضافة علمية ، وألا يكون قد مضى على صدوره أكثر من ثلاث سنوات . ويجب ألا يزيد عدد صفحات العرض نفسه على (١٥) صفحة ، مع الالتزام بما يأتى :

١- مقدمة لبيان أهمية ما يحتويه الكتاب من موضوعات .

٢ - عرض تقريرى (غير نقدى) لفصول الكتاب .

٣ - عرض نقدى لأهم القضايا والآراء والأفكار العلمية المطروحة فى الكتاب مدعمًا بالأسانيد والحجج العلمية .

٤ - خاتمة لأهم ما قدمه العرض النقدى من إسهامات مستخلصة من فكر المؤلف أو الباحث أو كليهما معًا .

٥ - قائمة بأهم المراجع التى حواها الكتاب ، إلى جانب ما قد يقترحه الباحث من مراجع تفيد القارئ حول موضوع العرض .

قواعد نشر عروض الرسائل الجامعية :

يراعى فى الرسائل الجامعية موضوع العرض أن تكون حديثة ولم يمض على تاريخ الحصول عليها أكثر من ثلاث سنوات ، ويجب ألا يزيد عدد صفحات العرض نفسه على (٢٠) صفحة ، مع الالتزام بما يأتى :

١ - مقدمة لبيان أهمية موضوع البحث .

٢ - ملخص لمشكلة (موضوع) البحث وكيفية تحديدها .

٣ - ملخص لمنهج البحث وفروضه وعينته وأدواته .

٤ - ملخص للدراسة الميدانية (التطبيقية) وأهم نتائجها .

٥ - خاتمة لأهم ما وصل إليه الباحث من نتائج وتوصيات .

٦ - قائمة بالمراجع .

المواصفات الفنية لنسخ البحوث والدراسات والمقالات المقدمة للدورية

أولاً - المتن :

١ - مقاس المتن (١٢سم عرضًا × ١٧,٥سم ارتفاعًا) + ١سم لترقيم الصفحة ، بحيث يصبح الارتفاع النهائى ١٨,٥سم .

٢ - ينسخ المتن بخط آريل Arial عادى (١٤) على الويندوز أو منى عادى (١٥) على بيئة الماكنتوش .

٣ - إدخال بداية الفقرة (٠,٦) سم .

٤ - المسافة الرأسية بين الفقرات تعادل (١,٥) من المسافة بين السطور .

٥ - المتن المتضمن كلمات أجنبية يجب أن ينسخ بخط تايمز عادى بحجم (١٢) .

٦ - ينسخ التهميش (التعليق) العربى - إن وجد - فى ذيل الصفحة بخط آريل Arial عادى (١٠) على الويندوز أو منى عادى (١٠) على بيئة الماكنتوش .

٧ - فى الفقرات المرقومة يجب أن تترك شرطة (-) بين الرقم والفقرة .

٨ - فى الفقرات المرقومة التى تتكون من أكثر من سطر يجب أن يبدأ السطر الثانى وما يليه مع بداية المتن وليس مع الرقم . مثال :

١ - الخطوة الأولى فى التحليل الهرمى: هى تجزئة المشكلة ووضعها فى شكل هرمى وذلك بتحديد المعايير المؤثرة فى اتخاذ القرار والبدائل التى تتم مقارنتها .

ثانيًا - العناوين :

١ - ينسخ العنوان الرئيسى بخط آريل Arial أسود (٢٠) على الويندوز أو منى أسود (٢٠) على بيئة الماكنتوش .

٢ - يصف العنوان الفرعى بخط آريل Arial أسود (١٦) على الويندوز أو منى أسود (١٦) على بيئة الماكنتوش .

٣ - يصف العنوان المتفرع (الأول) بخط آريل Arial أسود (١٤) على الويندوز أو منى أسود (١٤) على بيئة الماكنتوش .

٤ - يصف العنوان المتفرع (الثانى) وما يليه بخط آريل Arial عادى (١٤) على الويندوز أو منى عادى (١٥) على بيئة الماكنتوش .

ثالثًا - الجداول والأشكال :

١ - ينسخ عنوان الجدول أو الشكل بخط آريل Arial أسود (١٤) على الويندوز أو منى أسود (١٤) على بيئة الماكنتوش .

٢ - ينسخ رأس الجدول بخط آريل Arial أسود (١٢) على الويندوز أو منى أسود (١٢) على بيئة الماكنتوش .

٣ - تنسخ بيانات الجدول بخط آريل Arial عادى (١٢) على الويندوز أو منى عادى (١٢) على بيئة الماكنتوش .

٤ - إذا كان هناك مجموع فى نهاية الجدول ينسخ بخط آريل Arial أسود (١٢) على الويندوز أو منى أسود (١٢) على بيئة الماكنتوش .

رابعًا - المراجع :

١ - تصف المراجع العربية فى آخر البحث أو المقال بخط آريل Arial عادى (١٢) على الويندوز أو منى عادى (١٢) على بيئة الماكنتوش .

٢ - تصف المراجع الأجنبية فى آخر البحث أو المقال بخط تايمز عادى بحجم (١٠) .

المحتويات	الصفحة

تبادل المعلومات وكفاءة سوق التمويل
فى المملكة العربية السعودية

الدكتور/ محمد بن إبراهيم السحيبانى

أستاذ الاقتصاد المساعد قسم الاقتصاد والعلوم الإدارية

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - الرياض

● دورية الإدارة العـــامـــة
● المجلد الثـانى والأربعـون
● الـعـــــــــدد الأول
● مــــحـــــــرم ١٤٢٣ هـ
● أبــــريــــــل ٢٠٠٢ م

تبادل المعلومات وكفاءة سوق التمويل في المملكة العربية السعودية *

د . محمد بن إبراهيم السحيباني **

المتتبع لسوق التمويل فى المملكة يلاحظ أنها تتميز بعدة خصائص. وأولى هذه الخصائص هى ظاهرة تقييد التمويل Credit Ra-tioning ؛ أى انخفاض حجم التمويل عن الحجم الأمثل . فعادة ما يشار على سبيل المثال إلى مشكلة التمويل كأحد أبرز المشاكل التى تواجه المنشآت الصغيرة . حيث تشير نتائج الدراسة التى أجريت على عينة تتضمن (٢٠٠) من المنشآت الصغيرة فى المملكة إلى أن (٥٪) فقط من أفراد العينة اعتمدوا على البنوك التجارية فى التمويل، فى حين اعتمد (٨٥٪) من أفراد العينة على مواردهم الذاتية أو الأقارب والأصدقاء . كما أشارت النتائج إلى أن (٣٢٪) فقط من المتقدمين للبنوك التجارية نجحوا فى الحصول على تمويل. وقد عزا (٧٨٪) منهم هذا النجاح إلى معرفتهم الشخصية بمديرى البنوك ، فى حين أرجع (٩٣٪) من الذين فشلوا فى الحصول على التمويل السبب إلى إخفاقهم فى تقديم الضمانات ، وأرجع (٦٪) منهم الفشل إلى عدم مقدرتهم على تزويد البنوك بالبيانات المالية والمحاسبية المطلوبة (سجيني ، ١٤١٨هـ) .

* قدمت المسودة الأولى من هذا البحث فى مؤتمر (اقتصاديات دول مجلس التعاون فرص القرن الحادى والعشرين) الذى عقد فى جامعة الملك فيصل فى ذى القعده ١٤٢١هـ .

** أستاذ الاقتصاد المساعد قسم الاقتصاد والعلوم الإدارية جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - الرياض .

ويتميز سوق التمويل فى المملكة أيضًا بتركزه فى مجالات معينة. حيث يلاحظ تحيز عقود التمويل نحو قطاع التجارة مقابل القطاعات الأخرى كالصناعة و الزراعة، والتمويل قصير الأجل مقابل التمويل متوسط و طويل الأجل. فبالرغم من انخفاض حجم التمويل الممنوح لقطاع التجارة فى السنوات الأخيرة إلا أن نصيبه (٢٥,٦٪ فى عام ١٩٩٩) ما زال هو الأكبر من بين الأنشطة الاقتصادية المصنفة. وتنطبق نفس الملاحظة على التمويل قصير الأجل. فبالرغم من استمرار انخفاضه إلا أنه مازال يمثل النسبة الكبرى (٧٠,١٪ فى عام ١٩٩٩) (مؤسسة النقد، ١٤٢١هـ) .

كما يلاحظ أن صيغ التمويل البنكى تتم فى الأغلب فى شكل قروض أو بيوع المرابحة أو الإجارات المنتهية بالتمليك ، فى حين تنخفض نسبة التمويل وفق صيغ المشاركة حتى فى البنوك التى تتبنى المعاملات الإسلامية (شركة الراجحي، ١٩٩٩م) . ويلاحظ أيضًا أن تكلفة التمويل الشخصى لا تتغير تبعًا للجدارة الائتمانية التى يتمتع بها طالب التمويل ، والارتفاع النسبى فى تكلفة التمويل والتى تصل إلى (٨٪) (شركة الراجحي ، ١٤٢٢هـ) . كما يلاحظ أن الغرض فى معظم الأحيان من الشراء وفق صيغ المرابحة هو التورق ؛ أى الحصول على نقد فورى عن طريق إعادة بيع البضاعة المشتراة فى السوق إلى طرف ثالث (الجار الله ، ١٤٢١هـ) . وانتشار التورق أحد مظاهر عدم كفاءة سوق التمويل ، على أساس أنه يضطر المحتاجين إلى التمويل ، وعدم الرغبة فى الاقتراض مباشرة من البنوك ، و الحصول عليه بأعلى من تكلفة فرصته البديلة .

وأخيرًا فالسوق تعانى من حالات الإفلاس والعجز عن السداد كما يدل على ذلك عدد قضايا الأوراق التجارية المقدمة لمكتب الاحتجاج بالغرفة التجارية الصناعية بالرياض خلال السنوات ١٩٩١ - ١٩٩٨م والذى بلغ

(١٦٥٠٠) قضية بمبالغ تزيد على خمسة مليارات ريال (الجار الله، ١٤٢١هـ) . كما تشير الإحصائيات إلى أن حجم الديون المتعثرة التى أفصحت عنها ميزانيات سبعة بنوك سعودية بلغ (٧,٢٣٨) مليار ريال فى العام ١٩٩٩م ، وهى تشكل نسبة (٦١,٦٢٪) من إجمالى القروض التى منحتها هذه البنوك (الجفري ، ٢٠٠١) .

إن جميع هذه الخصائص تدل على ضعف كفاءة سوق التمويل بالمملكة . وتتمحور مشكلة هذا البحث حول التعرف إلى أحد أسباب هذا الضعف ، والسبل الممكنة للتغلب عليه. فبالرغم من وجود عدة أسباب يمكن أن تفسر خصائص سوق التمويل فى المملكة التى تم استعراضها ، فإن هذا البحث يركز بشكل خاص على تفاوت المعلومات بين أطراف عقد التمويل كسبب جوهري . فطالب التمويل (أو المتمول) فى عقد التمويل هو الطرف الأدرى بمدى جدارته الائتمانية ؛ أى مدى قدرته واستعداده للوفاء ببنود العقد، فى حين تقصر معلومات الممول عن إدراك هذه المعلومات المهمة بالنسبة له . وهذا التفاوت فى المعلومات يخلق عدة مشاكل تؤدى إلى انخفاض حجم التمويل وارتفاع تكلفته. فلا يستطيع الممول - فى ظل هذا التفاوت - تصنيف المتمولين بحسب جدارتهم الائتمانية وهى بلا شك متباينة. مما يضطره إلى الأخذ بالمتوسط، فتكون تكلفة التمويل التى يحددها الممول أعلى مما يمكن أن يقبل به المتمولون ذوو الجدارة، فتخرج طائفة منهم من سوق التمويل ، فيقل حجم التمويل وترتفع تكلفته، ويتحيز نحو المجالات التى تتميز بانخفاض المخاطرة مثل التجارة والقروض قصيرة الأجل، ونحو صيغ التمويل التى يمكن توثيقها بالضمانات .

وإذا كان تفاوت المعلومات أحد الأسباب، فإن أحد الحلول يتمثل فى تقليل حدة هذا التفاوت من خلال تبادل المعلومات . والمنهجية التى يعتمدها

البحث فى دراسة آثار تفاوت وتبادل المعلومات على كفاءة سوق التمويل فى المملكة تتمثل فى التحليل النظرى المبنى على المفاهيم التى ابتكرتها نظرية المباراة game theory لدراسة التأثير المتبادل بين أطراف العقود . ويهدف البحث من خلال هذا التحليل إلى تقديم توصيات محددة يمكن أن تؤدى إلى تحسين كفاءة سوق التمويل فى المملكة .

يستعرض البحث فى الفقرات التالية الصيغ المؤسسية لتبادل المعلومات كأحد الحلول الفعالة التى يمكن أن تقلل من حدة تفاوت المعلومات ، ومن ثم ترفع من كفاءة سوق التمويل . فيبدأ القسم التالى بعرض بعض المفاهيم النظرية الأساسية فى هذا الموضوع ، فى حين يستعرض القسم الثالث الخصائص المؤسسية لنظم تبادل المعلومات وتطورها فى العديد من الدول . أما القسم الرابع فيركز على المحاولات القائمة لإنشاء مراكز لتبادل المعلومات الائتمانية فى المملكة . ويختم القسم الخامس البحث بذكر بعض الملاحظات الختامية .

تفاوت المعلومات وتوازن سوق التمويل - مقدمة نظرية :

ينشأ التمويل من خلال عقد يقوم فيه الممول (مانح التمويل) بتمويل الإنفاق الآنى للمتمول (المستفيد من التمويل) فى مقابل التزامه بمدفوعات مستقبلية. فالممول هو الجهة التى تقدم التمويل مثل البنوك وشركات التقسيط وشركات الائتمان والتجار الذين يبيعون بالأجل ، أما المتمول فهو المستفيد من التمويل وقد يكون شركة صغيرة أو كبيرة أو رجل أعمال أو فردًا عاديًا .

ويستخدم هذا البحث مصطلح التمويل بمعنى مرادف لمصطلح الائتمان . فبالرغم من ارتباط مصطلح الائتمان بشكل خاص بحالات الإقراض -

خاصة قصيرة الأجل - فإن المعنى المستخدم له فى هذا البحث أوسع ويشمل مختلف صيغ التمويل التى يترتب عليها حصول المتمول على سلع أو خدمات أو نقود فى الحاضر مقابل الالتزام بمدفوعات فى المستقبل . ويرتبط الائتمان عادة بمعان عدة كالثقة والطمأنينة والمصداقية والأمانة ؛ لأن الائتمان يتضمن وعدًا بدفع مبالغ فى المستقبل . والمصداقية والأمانة والثقة المتبادلة تكون فى المحك عند منح الائتمان بغض النظر عن صيغة التمويل . ولذا يدخل من باب أولى فى مفهوم الائتمان الالتزامات المالية بدفع مبالغ مستقبلية وإن كانت فى شكل نسبة من الأرباح كما هو الحال فى التمويل بصيغ المشاركات بأنواعها . حيث تكون ثقة الممول فى مصداقية وأمانة المتمول عاملاً رئيسًا فى اتخاذ قرار التمويل. وفى الواقع أن عقود المشاركات تصنف ضمن عقود الأمانة عند الفقهاء . من جانب آخر قد لا تكون الثقة والمصداقية والأمانة هى المحك فى صيغ التمويل بالقروض خاصة إذا كانت موثقة برهون كافية .

ويلاحظ عمومًا أن معلومات كل طرف فى عقد التمويل عن خصائص الطرف الآخر قد تتماثل، أو تتفاوت تفاوتًا يسيرًا أو كبيرًا. وفى حالة تفاوت المعلومات يكون لدى أحد الطرفين معلومات "خاصة" لا يعرفها الطرف الآخر. والمتمول فى حالة عقود التمويل هو الطرف الذى يستأثر عادة بالمعلومات الخاصة؛ حيث يكون الأدرى بمدى قدرته واستعداده للوفاء ببنود عقد التمويل ، فى حين تكون معلومات الممول قاصرة .

الاختيار المعاكس والخطر الأخلاقي

يختلف المتمولون من حيث الجدارة الائتمانية التى يتمتعون بها. ومن مصلحة الممول أن يستطيع تصنيف هؤلاء بحيث يتعامل مع الطائفة ذات

الجدارة ويتجنب التعامل مع الطائفة الأخرى . ولو افترضنا جدلاً أن معلومات الممول والمتمول متماثلة فإن الممول سيتعامل مع النوعية الجيدة فقط من المتمولين ، ويتجنب النوعية الرديئة ، وقد يحدد تكلفة التمويل لكل متمول بحسب درجة المخاطرة الخاصة به . كما يستطيع أن يربط بطريقة مباشرة بين ثمار العقد ومدى التزام المتمول ببنود العقد خلال فترة سريانه . ولكن المعلومات فى الواقع متفاوتة ، ومن ثم لا يكون بمقدور الممول التمييز بين النوعيتين مسبقًا . وهذا يؤدى إلى ظهور مشكلتين .

فحيث إن الممول لا يعرف (قبل العقد) صفات المتمول ومدى كفاءته وأمانته فى الوفاء بالعقد، ودرجة المخاطرة فى المشروع الاستثمارى المراد تمويله، فيمكن أن يختار - اختيارًا معاكسًا لرغبته - قبول التعامل مع متمول لا يتمتع بالصفات المناسبة. ولهذا تسمى هذه المشكلة بمشكلة الاختيار المعاكس Adverse Selection .

وفى حالة العقود التى يتطلب الوفاء بها فترة من الزمن كعقود التمويل تنشأ مشكلة أخرى . فقد لا يكون بإمكان الممول مراقبة المتمول والتحكم بما سيفعل بعد توقيع عقد التمويل ، فقد يتقاعس عن فعل ما يجنبه الإفلاس أو الخسارة أو قد يتلاعب بالحسابات بغية تقليل ما يدفع للممول . وتسمى هذه المشكلة بمشكلة الخطر الأخلاقي Moral Hazard .

وهاتان المشكلتان تؤديان إلى سوق أقل كفاءة مقارنة بالسوق الذى تقل فيه (أو تختفي) مشكلة تبادل المعلومات. ففى حالة عدم التأكد التى يواجهها الممول يقوم بتحديد حجم وتكلفة التمويل وفق توقعاته حول نوعية المتمولين فى السوق ، فيأخذ بالمتوسط . وحيث إن تكلفة التمويل التى يمكن أن تقبل بها النوعية الجيدة أقل من ذلك المتوسط ، فإن جزءًا من النوعية الجيدة يضطر لترك السوق للنوعية الرديئة ، مما يؤدى إلى زيادة إضافية

فى تكلفة التمويل (بسبب زيادة نسبة النوعية الرديئة فى السوق) . ولربما أدت حدة تفاوت المعلومات إلى اختفاء بعض الأسواق بالكلية ، فينعدم التمويل للنوعية الجيدة ، ويصبح سوق التمويل سوقًا لتمويل النوعية الرديئة فقط. وهى نتيجة مشابهة للنتيجة الذائعة التى توصل إليها Akerlof (1970) فى سوق السيارات المستعملة .

وهكذا يتضح أن تفاوت المعلومات يؤدى إلى تحويل جزء من ثروة النوعية الجيدة إلى النوعية الرديئة ، وكلما ارتفع السعر الذى يطلبه الممول زاد احتمال امتناع النوعية الجيدة عن طلب التمويل ، مما يضطر الممولين إلى تقييد التمويل عند سعر مرتفع نسبيًا .

وتجدر الإشارة إلى أن مشكلة تفاوت المعلومات ، وتأثيرها فى توازن السوق ، والحلول المقترحة للحد من آثارها السلبية كانت من بين أهم حقول البحث النشطة فى مجال الاقتصاد الجزئى خلال العشرين سنة الماضية (Mas-Colell, Whinston and Green (1995))

الحل الفردي - الغربلة والرقابة والإيحاء :

للتقليل من حدة مشكلة الاختيار المعاكس يمكن أن يلجأ الممول والمتمول إلى بعض الحلول الفردية . فيمكن للممول أن يستعين بآليات تعمل على غربلة وتصفية Screening المتمولين المحتملين مثل مقابلة المتمولين ، وزيارة مؤسساتهم ، وتجميع كل المعلومات الممكنة عنهم من كل الجهات عامة كانت أو خاصة ، حيث تؤدى عملية البحث والتقصى إلى تقليل حدة تفاوت المعلومات . وإذا كان الممول يعمل فى هذا المجال على نطاق واسع (مثل بنك كبير نسبيًا) فإنه يكون بإمكانه استخدام هذه المعلومات لاحقًا لتصفية المتمولين وتسعير التمويل .

. ويمكن للممول أيضًا تصميم العقد بحيث يقلل من احتمال حدوث الاختيار المعاكس والخطر الأخلاقي . فيصمم العقد بحيث يجعل المتمول يقوم ذاتيًا باختيار عقد التمويل الذى يتناسب مع جدارته الائتمانية، و يحفزه - بطريقة غير مباشرة - على الوفاء بالعقد . كأن يعرض الممول عدة عقود تختلف فى توليفة تكلفة التمويل وحجم الضمانات المطلوبة ؛ بحيث تنخفض التكلفة كلما زادت قيمة الرهن. ومن الحلول الأخرى التى يمكن أن يلجأ إليها الممول لتقليل حدة مشكلة الخطر الأخلاقى قيامه بالرقابة المستمرة أو العشوائية على عمل المتمول أثناء سريان العقد ، فيشترط عليه مثلاً أن يمده بتيار مستمر من المعلومات التى تساعد على اكتشاف المخالفات قبل استفحال آثارها .

أما المتمول الجدير بالثقة فيمكن أن يسعى من جانبه لتقليل الأثر السلبى لتفاوت المعلومات باستخدام الإيحاء (أو الإيماء) Signaling . فيقدم للمتمول كل المعلومات الموثقة التى تدل على أنه متميز عن غيره بالكفاءة والأمانة . ومن هذه المعلومات سجله السابق لدى المؤسسات التمويلية الأخرى، أو مشاريعه السابقة ومعدل أرباحه مراجعةً من قبل محاسبين قانونيين . ومن بين وسائل الإيحاء الأخرى اكتساب السمعة الحسنة فى مجتمع المستثمرين، أو استخدام الرهن لتوثيق الدين فى الحالات التى تسمح بذلك.

وكما أن الرهن يمكن أن يستخدم من قبل المتمول للإيحاء ، فهو أيضًا ضمان مهم يحتاج إليه الممول لتقليل الأثر السلبى للخطر الأخلاقي . فبدونه قد يخفى المتمول أرباحه ويعلن الإفلاس ، أو قد يستغل التمويل للاستهلاك . فكلما قويت الحماية التى يحصل عليها الممول من الرهن قلت تكلفة التمويل. ولكن للتوثيق بالرهن أثر اجتماعى سلبى حيث يؤدى إلى كسل

البنوك فى تقييم المشروعات ((Manove, Padilla and Pagano, (2000) ، مع أن الممول قد يكون قادرًا – إذا كان متخصصًا فى قطاع معين – على تقويم المشروع بطريقة أفضل من المتمول . فالرهن والتقويم بدائل بالنسبة للممول ولكن ليس من وجهة النظر الاجتماعية .

الحل المؤسسى - تبادل المعلومات :

هذا الحل يتطلب قيام طرف ثالث بتنظيم تبادل المعلومات . حيث يتم إنشاء دائرة للمعلومات الائتمانية Credit Bureau يتم تغذيته من جميع المولين ، فى مقابل استفادتهم جميعًا من هذه المعلومات. ولا شك أن معلومات هذا الطرف الثّالث لن تكون أفضل من معلومات المولين حول المعلومات الخاصة بكل متمول ، ولكن تبادل المعلومات بحد ذاته يحسن من معلومات المولين ، بل إنه يمثل وسيلة بديلة تفيد كلا الطرفين . فهو أداة نخل للممول وأداة إيحاء للمتمول❖ حيث يؤدى تبادل المعلومات حول المتمولين المحتملين إلى نخلهم وتصنيفهم بحسب جدارتهم الائتمانية ، وهذا يقلل من احتمال غبن المول الذى يمكن أن ينتج عن الاختيار المعاكس . كما يعتبر تبادل المعلومات أداة يمكن أن يستخدمها المتمول لبناء سمعة حسنة يمكن أن يعتمد عليها مع مرور الوقت كأداة إيحاء . بالإضافة إلى ذلك يمثل تبادل المعلومات أداة تقلل من الغبن الذى منشأه الخطر الأخلاقي . فإذا كان كل متمول يعلم أن إخفاقه فى الوفاء فى عقد معين يزيد من صعوبة حصوله على تمويل مستقبلي، فسيحرص أشد الحرص على أن يكون سجله خاليًا من المعلومات السلبية .

❖ الغربلة والنخل من أدوات التصفية ، إلا أن النخل أقوى فى التصفية من الغربلة وقد ورد فى كلام العرب : (من غربل الناس نخلوه) .

أهمية تبادل المعلومات :

يؤدى تنظيم تبادل المعلومات إلى زيادة الكفاءة فى تخصيص رأس المال من خلال تقليل الأثر السلبى لكل من الاختيار المعاكس والخطر الأخلاقي . حيث يكون لدى الممولين صورة أوضح عن المتمولين المحتملين ، ومن ثم يستطيعون تسعير تمويلهم بشكل أفضل . كما يؤدى إلى تقليل الأثر السلبى للخطر الأخلاقي ، فينخفض معدل الإفلاس ، ومن ثم تكلفة التمويل ؛ حيث إنها ترتبط طرديًا باحتمال الإفلاس . وانخفاض تكلفة التمويل - نتيجة تلاشى الغبن الناتج عن الاختيار المعاكس أو الخطر الأخلاقى - يزيد من حافز المتمولين لتحقيق أداء أفضل ، مما يسهم بدوره فى تقليل احتمال الإفلاس ((Padilla and Pagano (1997) .

كما يؤدى تنظيم تبادل المعلومات إلى زيادة درجة المنافسة فى سوق التمويل حيث تكون نفس المعلومات عن المتمولين المحتملين متاحة لجميع الممولين مما يزيد من حدة المنافسة بينهم لجذب أكبر قدر من طلبات التمويل، ومن ثم انخفاض تكلفة التمويل وزيادة حجم التمويل . ولهذا السبب يتوقع أن يكون الحافز على تبادل المعلومات أضعف لدى شركات التمويل التى تتمتع بكبر حجمها النسبي ، ومن ثم تمتلك قاعدة بيانات تحتوى على عدد كبير من المتمولين ؛ لأن تبادل المعلومات يلغى ميزتها النسبية ومن ثم يضعف من قوتها التفاوضية (Padilla and Pagano, (1999 . فخطر المنافسة قد يجعل بعض الممولين الذين يتمتعون بنوع من الاحتكار النسبى يتقاعسون عن المشاركة فى أى تنظيم لتبادل المعلومات بالرغم من منافعه العامة ((Pagano and Jappelli (1993). ولذا يمكن أن يبرر الإلزام بتبادل المعلومات بأنه جزء من مناهضة الاحتكار فى سوق الائتمان .

كما تنبع أهمية تبادل المعلومات من دوره فى الحد من زيادة عبء المديونية ، ومن ثم من حالات الإفلاس والديون المتعثرة. ففى ظل عدم تبادل المعلومات يكون لدى بعض المتمولين القدرة على الحصول على تمويل من أكثر من طرف، ويؤدى هذا فى الغالب إلى عجزهم عن الوفاء. ولهذا يتردد المولون فى منح التمويل بسبب هذا النوع من الخطر الأخلاقي. أما فى حالة تبادل المعلومات عن مقدار مديونية كل متمول فتقل مشكلة هذا الخطر. ومن الآثار الإيجابية الأخرى الناتجة عن دور تبادل المعلومات بوصفه أداة انضباط أنه يحل مشاكل أخرى مثل المماطلة فى السداد، لأنه سيكون للمماطلة تكلفة ضمنية رادعة فى هذه الحالة. وقد كانت مسألة المماطلة فى السداد ومشروعية تعويض الدائن مدار نقاش واسع بين الفقهاء المعاصرين . (الزرقا والقرى ، ١٤١١) . وتجدر الإشارة هنا إلى حالة الأرجنتين التى قلت فيها مشاكل الالتزام بالشيكات المؤجلة بعد وجود نظام لتبادل المعلومات (Pinheiro and Cabral, 1999).

كما يؤدى تبادل المعلومات مع مرور الوقت إلى صلاح ذمم الناس وتحسن أمانتهم. وهذا له آثار إيجابية عدة. حيث يسهل من الاعتماد على صيغ التمويل الأكفأ من الناحية الاقتصادية، والأفضل من الناحية الشرعية. فعقود التمويل من خلال المشاركة لها مزايا اقتصادية تفوق التمويل من خلال عقود المرابحة والإجارة والقروض (شابرا، ١٤٠٨هـ) . كما يتفق الفقهاء على مشروعية المشاركة ، ولكنهم مختلفون فى بيع الأجل وإن كان جمهورهم متفقًا على جوازه ، ولا يؤيد الأكثرون الإجارة المنتهية بالتمليك. والجدير بالملاحظة أن مستوى الأمانة فى المجتمع كان له تأثير فى اختيار الفقهاء ؛ حيث نجد أن بعض الفقهاء استعان بحجة " فساد ذمم الناس وقلة أمانتهم"

لتفضيل بعض العقود المختلف فيها التى تقدم ضمانات أكبر للممول مثل بيع المرابحة مع الإلزام بالوعد أو الإجارة المنتهية بالتمليك (الحافي ، ١٤٢٠) .

ويلاحظ تحيز أغلب التمويل الذى تقدمه البنوك فى المملكة نحو التمويل من خلال القروض والمرابحات والإجارات وغيرها من صيغ التمويل القائمة على المديونية الموثقة بالرهون بدلاً من التمويل القائم على المشاركة . وهو أمر طبيعى فى ظل بيئة تتميز بتباين حاد فى المعلومات (Aggarwal and Yousef (2000) . ودور تبادل المعلومات يتمثل فى تخفيض مخاطر التمويل باستخدام هذه الصيغ عمومًا مما يتوقع فى ظله أن تتزايد نسبة التمويل الصحى القائم على المشاركة مع مرور الوقت . وتنبغى الإشارة فى هذا الصدد إلى تجربة دولة بيرو ؛ حيث أدى تنظيم تبادل المعلومات إلى تغير نمط التمويل من التمويل الموثق بالرهون إلى التمويل الموثق بالمعلومات (Trivelli, Alvarado, and Galarza, 1999) . كما أن تبادل المعلومات يقلل من الحاجة إلى شرط الالتزام بالوعد فى صيغة عقود المرابحة للآمر بالشراء (المختلف فيه) ، مما يجعل صيغ التمويل أقرب إلى التوافق مع الأحكام الشرعية .

بالإضافة إلى ذلك يعتبر تبادل المعلومات مكملاً للنظام القضائى والتنفيذى فى فرض الانضباط بين المتعاملين فى سوق التمويل. ولذا تزداد أهميته.عندما يكون النظام القضائى والتنفيذى بطيئًا فى الفصل بين الخصومات وتنفيذ الأحكام القضائية. كما يؤدى تبادل المعلومات إلى زيادة استقرار النظام البنكى بسبب ما يوفره من معلومات تسهل من قيام البنك المركزى والمؤسسات التمويلية نفسها بعملية الرقابة على الأداء .

وباختصار فإن تبادل المعلومات يقلل من درجة المخاطرة فى البيئة التى يعمل فيها الممولون، مما يشجعهم على توفير التمويل بتكلفة أقل وآجال أطول لعدد أكبر من الأفراد والمنشآت الصغيرة التى تبحث عن التمويل الموثق بالمعلومات بدلاً من الضمانات .

الخصائص المؤسسية لنظم تبادل المعلومات :

يقوم الممولون (البنوك وشركات التقسيط، شركات بطاقات الائتمان، والتجار الذين يبيعون بالأجل) فى العديد من الدول بتبادل المعلومات الائتمانية حول المتمولين من خلال مراكز تبادل المعلومات ؛ حيث يقوم الممولون بتزويد المركز بالمعلومات عن المتمولين . وقد يقوم المركز من جانبه بتجميع معلومات إضافية عنهم من مصادر أخرى (كالمحاكم ، ودوائر الأحوال المدنية، ومصلحة الضرائب،...) وتصنيف المعلومات بحيث يسهل الاستفادة منها . فعند حاجة أى ممول لمعلومات عن متمول محتمل يقوم بطلب تقرير الائتمان الخاص به من المركز . وفى الوقت الراهن تتم عملية التغذية والوصول إلى المعلومات بشكل إلكتروني .

ويتم الاعتماد على تبادل المعلومات بشكل رئيس فى مجال التمويل الشخصى والتمويل للمنشآت الصغيرة ؛ لأن صغر حجم التمويل المطلوب لا يبرر إجراء تقييم مفصل خاص بكل طلب تمويل ، وبسبب توفر كمية كبيرة من المعلومات ولسنوات عديدة عن الأفراد والمنشآت الصغيرة تسهل من تقويم الجدارة الائتمانية للمتمولين .

وتختلف بنية صناعة تبادل المعلومات من دولة إلى أخرى . ويستعرض هذا القسم فيما يلى الخصائص المؤسسية لنظم تبادل المعلومات الائتمانية وتطورها فى العديد من الدول .

البداية وحجم النشاط ودرجة التركز :

يعرض الجدول (١) بعض المعلومات الأساسية المستقاة من الدراسة التى قام بها (Jappelli and Pagano, (2000a)) عن تاريخ وخصائص تبادل المعلومات الائتمانية من خلال دوائر الائتمان فى (٤٣) دولة . ويظهر من الجدول اختلاف الدول فى تاريخ وقت بدء تبادل المعلومات ، حيث نجد أنها بدأت منذ ما يزيد على قرن فى بعض الدول كالنمسا والولايات المتحدة والسويد ولكن لم تظهر إلا حديثًا فى بعض الدول مثل إيطاليا (١٩٩٠) وأسبانيا (١٩٩٤) . كما يختلف حجم المعلومات المتبادلة بين الدول حيث يتم تبادل المعلومات على نطاق واسع فى الولايات المتحدة واليابان وبريطانيا وعلى نطاق أقل فى دول أخرى مثل الأرجنتين وإيطاليا .

جدول (١)

دوائر الائتمان فى دول مختارة

الدولة	تاريخ البداية	نوع المعلومات المتبادلة	عدد التقارير (مليون)	المصدرة فى سنة	نسبة عدد التقارير إلى عدد السكان
الأرجنتين	١٩٥٠	س إ	١,٢	١٩٩٧	٣,٤
أستراليا	١٩٣٠	س	٨,٥	١٩٩٠	٣٤
النمسا	١٨٦٠	س إ	غ.م		
بلجيكا	١٩٨٧	س	١٠,٦	١٩٩٨	١٠٤,٨
البرازيل	١٩٩٦	س	٢٠٠	١٩٩٧	١٢٨,٣
كندا	١٩١٩	س إ	٢٤	١٩٩٨	٨٢,٧
تشيلي	١٩٩٠	س إ	٧	١٩٩٧	٤٩,٣
الدنمرك	١٩٧١	س	٢,٦	١٩٩٦	٥٠,٣
فنلندا	١٩٠٠	س	٣,٥	١٩٩٠	٧٠,٢

تابع - الجدول (١) دوائر الائتمان فى دول مختارة

الدولة	تاريخ البداية	نوع المعلومات المتبادلة	عدد التقارير (مليون)	المصدرة فى سنة	نسبة عدد التقارير إلى عدد السكان
فرنسا	لا يوجد				
ألمانيا	١٩٢٧	س إ	٤٨	١٩٩٦	٥٩,١
هونكونك	١٩٨٢	س	غ.م		
أيرلندا	١٩٦٣	س إ	٠,٨	١٩٩٦	٢٢,٥
إيطاليا	١٩٩٠	س إ	٢,٦	١٩٩٦	٤,٦
اليابان	١٩٦٥	س إ	١٤٩	١٩٩٠	١٢١,٥
هولندا	١٩٦٥	س إ	٩,٨	١٩٩٦	٦٤,١
النرويج	١٩٨٧	س	٠,٥	١٩٩٠	١٢
بيرو	١٩٩٥	س إ	غ.م		
الفليبين	١٩٨٢	س	غ.م		
سنغافورة	١٩٧٨	س	غ.م		
جنوب أفريقيا	١٩٠١	س إ	غ.م		
كوريا الجنوبية	١٩٨٥	س إ	غ.م		
أسبانيا	١٩٩٤	س	غ.م		
السويد	١٨٩٠	س إ	٢,٢	١٩٩٠	٢٦
سويسرا	١٩٦٨	س إ	١,٧	١٩٩٧	٢٤,١
تايوان	١٩٧٥	س إ	غ.م		
المملكة المتحدة	١٩٦٠	س إ	٦٠,٠	١٩٨٩	١٠٤,٨
أورجواي	١٩٥٠	س	غ.م		
الولايات المتحدة الأمريكية	١٨٩٠	س إ	٦٠٠	١٩٩٧	٢٢٨,١

س : المعلومات السوداء (السلبية) ، إ : المعلومات البيضاء (الإيجابية)، غ.م : بيانات غير متاحة

المصدر : Jappelli and Pagano, (٢٠٠٠ b)

ويلاحظ المتتبع لتطور صناعة تبادل المعلومات اتجاهها نحو المزيد من التركز. ففى أستراليا وألمانيا والأرجنتين يوجد دائرة واحدة فقط للائتمان. وفى الولايات المتحدة واليابان والمملكة المتحدة يوجد دائرتان أو ثلاث دوائر عملاقة تسيطر على السوق . وبالنظر لتاريخ الولايات المتحدة نجد أن عدد دوائر الائتمان انخفض من (١٧٠٠) فى الخمسينيات إلى (٣) دوائر عملاقة فى التسعينيات هى Equifax وExperian و Trans Union . ومازال الاتجاه نحو المزيد من التركز كما يدل على ذلك قيام الشركات العملاقة فى الولايات المتحدة بتملك دوائر الائتمان المحلية خارجها (Jappelli and Pagano , (2000a)) .

والميل للتركز فى هذه الصناعة أمر طبيعى لعدة أسباب. فتبادل المعلومات يتم من خلال شبكة. وكغيرها من أنواع الشبكات هناك مؤثرات خارجية إيجابية لزيادة عدد المنظمين إليها من خلال الاندماج أو الاتحاد. كما أن التطور فى تقنية الاتصالات والمعلومات، سهل من اندماج دوائر الائتمان المحلية فى كل دولة. ومع تزايد التشابك بين الدول وزوال الحواجز بين الأسواق أصبح من السهل على الشركات المحتاجة للتمويل الوصول إلى أسواق الائتمان فى الدول الأخرى من خلال فروعها فى تلك الدول، ولهذا السبب نشأت الحاجة إلى تبادل المعلومات بين دوائر الائتمان فى أكثر من دولة أو دخول دوائر الائتمان العملاقة إلى أسواق الدول الأخرى مباشرة من خلال التحالف أو الاندماج .

هذا الميل نحو التركز يجعل دوائر الائتمان الكبيرة مرشحة لأن تصبح محتكرًا طبيعيًا . ولا يستبعد أن يستغل هذا الوضع الاحتكارى فى المستقبل، مما يتطلب تنبه الحكومات لهذا الوضع من خلال سن النظم التى تحمى خصوصية المتمولين، والتدخل فى عملية تنظيم عمل هذه الدوائر

بواسطة هيئات مستقلة لضمان استمرار المنافسة فى هذه الصناعة . ومن الإجراءات التى يمكن أن تفرض لضمان المنافسة إجبار دوائر الائتمان العملاقة على تبادل المعلومات السلبية على الأقل مع دوائر الائتمان الأخرى .

الشكل القانونى :

تبادل المعلومات يمكن أن يتم بواسطة القطاع الخاص من خلال شركات تعاونية أو مساهمة هادفة للربح. فتبادل المعلومات قد يكون عبر تنظيم داخلى من الممولين بناء على قاعدة "التبادل التعاوني". حيث تقوم دائرة الائتمان بجمع المعلومات من المتمولين الأعضاء الذين اختاروا طوعًا تبادل المعلومات، وتقوم بتصنيفها وتجهيزها لمن يريد الوصول إليها من هؤلاء الأعضاء فقط. والانضمام إلى عضوية هذه الدائرة يمكن الممول من الحصول على معلومات أدق حول الجدارة الائتمانية لكل متمول محتمل ، ولكن فى مقابل خسارة الميزة النسبية للمعلومات التى كانت لديه. هذه المنافع والتكاليف تخلق نوعًا من تعارض المصالح ؛ حيث يكون من مصلحة كل ممول أن يصل إلى المعلومات التى لدى الممولين الآخرين بدون أن يعلن المعلومات التى لديه . ولهذا يتضمن نظام عمل الدائرة معاقبة من يخفق فى تزويدها بالمعلومات ، أو يقدمها بشكل غير دقيق . وتتراوح العقوبات من غرامة إلى فقدان العضوية .

بالإضافة إلى الشكل التعاونى ، يمكن لمؤسسة تبادل المعلومات أن تكون مؤسسة خاصة أو شركة مساهمة بهدف الربح. وباعتبارها مؤسسات هادفة للربح فإن هذه الدوائر الخاصة تقوم عادة بتقديم خدمات إضافية مثل : تقويم الجدارة الائتمانية للمتمول المحتمل باستخدام النماذج الإحصائية ، وتحديد صيغة التمويل ، والتكلفة ، والحد الأقصى للتمويل . كذلك تقوم

بدور أكبر فى جمع المعلومات الائتمانية - خاصة تلك المتعلقة بالشركات - من أكثر من مصدر، ولا تعتمد على تبادل ما يأتيها من معلومات من الأعضاء ، مما يمكن أن تصبح معه أقرب إلى كونها وكالة تقييم Rating Agency مثل شركة Dun & Bradstreet (D&B) ، التى يقدر أن قاعدة بياناتها تحتوى على معلومات (٤٨) مليون منشأة (Jappelli and Pagano, (2000a)) . والفرق بين دوائر الائتمان ووكالات التقييم (مثل Moody`s) يبرز فى عنصر مصدر المعلومات . حيث يتمثل المصدر الرئيس للمعلومات بالنسبة لدوائر الائتمان فى المعلومات المتبادلة ، فى حين يمثل جمع المعلومات من المصادر العامة والخاصة المصدر الرئيس لوكالات التقييم .

ويمكن أن يكون تبادل المعلومات إجباريًا يُلزم به تنظيم حكومي. وتقوم الحكومة بهذه المهمة من قبل ما يسمى بمسجل الائتمان العام Public Credit Registrar. وحينئذ تكون المشاركة من جميع المولين إلزامية . فكل تمويل يتجاوز حجمًا محددًا يجب أن تدخل بياناته خلال فترة معينة . ويتم إدارة تبادل هذه المعلومات فى أكثر الدول بواسطة البنك المركزي ، ولا يسمح بالوصول إلى المعلومات إلا لموظفى البنك المختصين والمؤسسات التمويلية المشاركة فى ظل قواعد صارمة . ويفترق هذا النظام لتبادل المعلومات عن دوائر الائتمان الأخرى فى عنصر الإجبار، وشمول التغطية. فمسجل الائتمان العام يمكن أن يقوم بتغطية كافة عقود التمويل (خاصة الكبيرة) والأطراف المشتركين فيها .

وكما يوضح الجدول (٢) فإن مسجل الائتمان العام يوجد أكثر فى الدول الأوروبية ودول أمريكا اللاتينية. وتبين المقارنة مع الجدول (١) أن مسجل الائتمان العام فى بعض الدول قد بدأ فى ممارسة نشاطه قبل ظهور دوائر الائتمان الخاصة . ويختلف مسجلو الائتمان العام من حيث نوعية المعلومات

التى يلزمون الممول بتقديمها ، والحد الأدنى لحجم التمويل . فبعضهم يجمع معلومات عن عقود التمويل ذات الحجم الكبير الممنوحة للمنشآت، فى حين يقوم البعض الآخر بتجميع معلومات عن عقود التمويل صغيرة الحجم بما فى ذلك عقود التمويل الشخصي .

وتجدر الإشارة إلى أهمية متغير حجم الحد الأدنى للتمويل المطلوب تسجيله لدى مسجل الائتمان العام فى حفظ نوع من التوازن بين مسجل الائتمان العام كمؤسسة عامة ودوائر الائتمان الخاصة. فمسجل الائتمان العام يعد بديلاً لدوائر الائتمان الخاصة، وحجم الحد الأدنى أعلاه يؤثر فى مساحة العمل المتاحة لدوائر الائتمان الخاصة بدون منافسة من المسجل العام . فإذا كانت الأخيرة غير نشطة يكون من المفضل تخفيض حجم الحد الأدنى لتغطية أكبر قدر ممكن من عقود التمويل . فى حين يفضل رفع هذا الحد فى حالة وجود دوائر ائتمانية خاصة نشطة، حتى لا تخرج هذه الدوائر من السوق. من جهة أخرى يمكن أن يؤدى دور مسجل الائتمان العام فى تبادل المعلومات إلى أثر سلبى فى حافز الممولين لتغذية المسجل بالمعلومات. ولكن هذا يمكن معالجته من خلال تسعير المعلومات، فالممول الذى يقدم معلومات أكثر مما يستخدم يجب أن يعوض ماليًا وبالعكس .

والتحدى الذى يواجه هذا النوع من النشاط الحكومى هو تنامى انفتاح أسواق الائتمان. فما لم تقم هذه المؤسسات بتبادل المعلومات مع دوائر الائتمان الأخرى فلن تكون تقاريرها دقيقة يمكن الاعتماد عليها. وستضمحل تدريجيًا مع تنامى دوائر الائتمان متعددة الجنسية .

جدول (٢)

مسجلو الائتمان العام فى دول مختارة

الدولة	تاريخ البداية	نوع المعلومات المتبادلة	الحد الأدنى لحجم التمويل	عدد التقارير	المصدرة فى سنة
الأرجنتين	١٩٩١	ت ف ض د	٥٠	غ.م	
النمسا	١٩٨٦	ض د	٤٣٠,٧٠٠	١٠,٢٦٧	١٩٩٧
بلجيكا	١٩٨٥	ت ف	٢٢٣	٣,٥٥٠,٠٠٠	١٩٩٧
البرازيل	١٩٩٧	د ت ف	٠	١٠,٠٠٠,٠٠٠	١٩٩٧
تشيلي	١٩٧٥	ض د ت ف	٠	غ.م	
فرنسا	١٩٨٩	ض د ت ف	١١٨,٢٩٣	٥,٤٠٠,٠٠٠	١٩٩٠
ألمانيا	١٩٣٤	ض د	١,٩٦٦,٨٠٠	١,٨٠٠,٠٠٠	
إيطاليا	١٩٦٤	ض د ت ف	٠	١,٤٠٠,٠٠٠	١٩٩٤
بيرو	١٩٦٨	ض د ت ف	٠	غ.م	
أسبانيا	١٩٨٣	ض د ت ف	٦,٧٢٠	٧٥٨,٠٠٠	١٩٩٧
أورجواي	١٩٨٤	د ت ف	غ.م	٨,٠٠٠	١٩٩٧

ف : الإفلاس ، ت : التأخر فى الدفع، د: حجم الدين، ض: الضمانات، غ.م : بيانات غير متاحة

الدول المذكورة فى جدول (١) ولم تذكر فى هذا الجدول لا يوجد فيها مسجل عام للائتمان وهي: الولايات المتحدة الأمريكية، أستراليا، كندا، الدنمرك، فنلندا، هونكونك، أيرلندا، اليابان، هولندا، النرويج، الفليبين، سنغافورة، جنوب أفريقيا، كوريا الجنوبية ، السويد ، سويسرا ، تايوان ، الملكة المتحدة .

المصدر: Jappelli and Pagano, (2000b)

ويلاحظ تفاوت الدول فى الشكل القانونى لمؤسسات تبادل المعلومات. ففى بعض الدول نجد أن دوائر الائتمان الرئيسة مملوكة لمؤسسات خاصة بهدف الربح كما هو الحال فى الولايات المتحدة والبرازيل والأرجنتين، مع وجود العديد من دوائر الائتمان التعاونية المحلية المملوكة للغرف التجارية التى لا تدار بهدف الربح . أما فى اليابان وأغلب الدول الأوربية فدوائر الائتمان شركات خاصة مملوكة لاتحاد من المولين . وفى دول أخرى مثل فنلندا وبلجيكا تدار هذه الدوائر بواسطة الحكومة . ولكن الاتجاه المتنامى هو نحو الشركات الخاصة المستهدفة للربح خاصة فى ظل قيام الشركات العملاقة فى الولايات المتحدة وغيرها بتملك دوائر الائتمان المحلية خارجها . (Jappelli and Pagano , 2000b)

وسواء قامت الحكومة بعملية تبادل المعلومات كليًا أو جزئيًا أو تركتها للقطاع الخاص فإنه يجب عليها تنظيم عملية تبادل المعلومات الائتمانية بهدف حماية خصوصية وحقوق المولين والمتمولين ، وضمان المنافسة فى سوق التمويل.

حجم ونوعية المعلومات المتبادلة :

تختلف محتويات التقرير الخاص بكل متمول تبعًا لكون التقرير خاصًا بفرد أم منشأة . وتقرير الفرد يتضمن عادة أربعة أقسام : معلومات تعريفية (الاسم والعنوان ورقم الهوية وتاريخ الميلاد والعنوان السابق وقد يتضمن معلومات عن الحالة الاجتماعية ، واسم الزوج وعدد الأولاد ، وتاريخ العمل) ، ومعلومات عن الائتمان الشخصى (أرقام حسابات الائتمان ، أسماء المولين ، آخر المدفوعات، سقف الائتمان، الدين الحالى ، وقت استحقاق المدفوعات المتبقية ، تاريخ الائتمان) ، ومعلومات من السجل العام

(الأحكام المدنية ، و الإفلاسات السابقة ، المتأخرات) ، ويشتمل القسم الأخير على قائمة المولين الذين اطلعوا على هذا التقرير خلال مدة سابقة محددة (عادة ما تكون سنتين) (Jappelli and Pagano , 2000a) . وهذا القسم مهم بالنسبة لصاحب التقرير حيث يتأكد أن ملفه لم يتم الاطلاع عليه إلا من قبل من سمح لهم بذلك . ولا يتضمن التقرير أى معلومات عن اللون أو العنصر أو الأصل أو أى معلومات شخصية قد تسبب أى نوع من التحيز ، ولا تتضمن كذلك معلومات عن التاريخ الطبي . ويمكن أن تقوم الدائرة بإنشاء تقارير مختلفة بحسب نوع التمويل (استهلاكي ، شراء بيت ، استثماري ،....) وبناء على حجم المعلومات المطلوبة من الممول . فقد يشتمل التقرير على معلومات عن الإفلاس والتأخر فى الدفع (البيانات السلبية أو السوداء) إلى معلومات مفصلة عن أصول طالب التمويل وديونه وتاريخ استحقاقها ، والكفالات ، والرهون ، والتاريخ الوظيفى والعائلى (البيانات الإيجابية أو البيضاء) . ويعتمد سعر التقرير على مقدار التفصيل .

أما التقرير الخاص بالمنشآت التجارية فيتضمن معلومات عن مجلس الإدارة وأكبر المساهمين (مع إمكانية الوصول إلى تقاريرهم الائتمانية) وقوائمها المالية لعدة سنوات. ويلاحظ أن تبادل المعلومات عن الشركات أكثر تعقيداً وأقل نمطية مقارنة بالأفراد . ولهذا يكون للدائرة دور أكبر فى تجميع المعلومات ، ولا تعتمد على تبادل ما يأتيها من معلومات من الأعضاء . وهو ما يفسر كون أغلب الدوائر العاملة فى هذا المجال مؤسسات خاصة بهدف الربح (Jappelli and Pagano , 2000a) . والتقرير يكون عادة مطولاً ويتضمن – بالإضافة إلى ما ذكر – تاريخ المدفوعات ، تاريخ الشركة ، خبرة الإدارة ، تفصيلات عن طبيعة عمل الشركة ، الشركة الأم والمتفرعة ، معلومات من السجل العام . ويلاحظ تزايد الحاجة إلى التعرف إلى طبيعة

الترابط بين شركات المجموعات التجارية وتبادل المعلومات بين دوائر الائتمان فى أكثر من دولة مع تزايد التشابك بين الدول وزوال الحواجز بين الأسواق . ومن الأمثلة التى تذكر عادة على سبيل التبريرلهذه الحاجة حادثة مجموعة Ferruzzi الإيطالية القابضة على حوالى (٣٠٠) شركة منها (١٠٠) فقط مسجلة فى إيطاليا . حيث قادت هذه المجموعة فى عام ١٩٩٢م بالاقتراض بشكل مفرط داخل إيطاليا وخارجها مما وضعها فى أزمة مالية حادة فى عام ١٩٩٣م عندما بلغ مجمل ديونها (٢٠) بليون دولار (Jappelli and Pagano, 2000b) .

ويجب التأكيد فى هذا المقام على أن المزيد من المعلومات لا يؤدى بالضرورة إلى آثار أفضل لتبادل المعلومات. فزيادة درجة التفصيل فى المعلومات المتبادلة يقلل من الغبن الناشئ عن الاختيار المعاكس، ولكن قد يؤثر سلبيًا فى حافز المتمولين لتحقيق أداء أكفأ مقارنة بالحالة التى يتم فيها تبادل المعلومات السلبية فقط. فتبادل المعلومات الإيجابية (البيضاء) مع السلبية ، قد يقلل من تفانى المتمولين فى تحقيق أفضل أداء ممكن أملاً فى أن تشفع لهم المعلومات البيضاء فيما لو أخفقوا . وقد يقلل من هذا الأثر السلبى قيام المولين بتبادل المعلومات البيضاء عن عينة عشوائية من المتمولين .

حماية خصوصية المتمولين :

تقوم الحكومات بتنظيم عمل دوائر الائتمان لمنع أى انتهاك لخصوصية الأفراد . فلا يسمح النظام عادة بالوصول إلى معلومات متمول معين إلا إذا كان هناك سبب وجيه لذلك مثل : طلب منحة تمويل ، أو تحصيل ديون ، أو تقديم تأمين ، أو طلب وظيفة ، أو إصدار رخصة . وقد يمنع النظام فى

بعض الدول (فنلندا وأستراليا) من الوصول إلى المعلومات البيضاء مطلقاً . كما أن الوصول إلى المعلومات بدون سبب وجيه يعتبر مخالفة ويكون القائم بها عرضةً للمساءلة من الجهات المسؤولة . وبإمكان المستهلك أن يطلع على تقريره الائتمانى فى أى وقت ، وأن يعترض على صحة المعلومات الواردة فى التقرير ، ويجب على دائرة الائتمان التحقق والتأكد من صحة المعلومات من عدمه خلال شهر واحد فى الغالب (Jappelli and Pagano , 2000a) .

ويلاحظ أن الدول تختلف فى درجة توفيرها لهذه الحماية. فقد تكون ضعيفة إذا كان يسمح لأى ممول بالوصول لهذه المعلومات وإن لم يكن لديه سبب وجيه يستدعى التقصى كما هو الحال فى الأرجنتين، أو متوسطة كما فى الولايات المتحدة حيث يشترط أن يكون هناك سبب معقول للحصول على تقرير الائتمان . والسبب المعقول فى الغالب هو طلب المتمول للائتمان . وقد تكون الحماية أقوى كما هو الحال فى أغلب الدول الأوربية التى تشترط موافقة المتمول الصريحة للوصول إلى ملفه . وقد تؤدى المبالغة فى الحماية إلى إعاقة نشوء وتطور سوق الائتمان الخاصة . وخير مثال على ذلك حالة فرنسا ، إذ يرجع المراقبون السبب فى تأخر ظهور دوائر الائتمان الخاصة فى فرنسا إلى الحرص المفرط على حماية خصوصية الأفراد . حيث يلزم القانون أن يبلغ الشخص قبل الاطلاع على ملفه ، وأن لا يصدر أى تقرير عنه إلا بموافقته (Jappelli and Pagano , 2000c) .

ذاكرة النظام :

من المسائل المهمة المتعلقة بتصميم نظام تبادل المعلومات مدة بقاء المعلومات السلبية فى ذاكرة النظام . فزيادة هذه المدة يزيد من درجة حزم النظام ومن ثم من أثره كنظام ردع . وفى الحالة المتطرفة التى تكون للنظام

ذاكرة لا نهائية تنعدم فرصة الخروج من القائمة السوداء بالنسبة لكل متمول يتأخر عن الدفع ، مما قد يولد حافزًا قويًا للدفع فى الوقت المحدد، ولكنه قد يؤدى إلى إحجام كثير من المتمولين عن استخدام التمويل المؤسسى بسبب هذا الخطر . فى المقابل يقلل قصر هذه المدة من أثر النظام كأداة ردع ، ومن ثم يقلل من حافز المولين لمنح التمويل .

ويستحسن فيما يتعلق بهذه الخاصية أن تتناسب المدة مع حجم المخالفة. فتظل معلومات الإفلاس مدة أطول فى حين تبقى معلومات التأخر عن الدفع مدة أقل ، كما هو معمول به فى بلجيكا . حيث يتم حذف المعلومات الخاصة بالتأخير بعد سنة ، ومعلومات الإفلاس بعد سنتين إذا قام المتمول بتسديد ما عليه ، ولكنها تظل فى النظام لمدة عشر سنوات كحد أقصى إذا أخفق المفلس فى السداد . أما فى الولايات المتحدة فيمنع النظام دوائر الائتمان من توزيع أى بيانات سلبية يزيد عمرها على سبع سنوات (Jappelli and Pagano , 2000b) ..

وعلى أساس كون نظم تبادل المعلومات مكملاً للنظم القضائية والتنفيذية، فإنه ينصح باستخدام هذا المتغير كعامل توازن. فتُزاد المدة كلما كانت الإجراءات القضائية والتنفيذية أقل حماية لحق المول والعكس .

مؤسسات تبادل المعلومات الائتمانية فى المملكة :

بالرغم من أهمية تبادل المعلومات بين البنوك العاملة فى المملكة حول طالبى التمويل فلم يكن هناك أى محاولة مبكرة من قبلها لتأسيس دائرة ائتمان . بل نجد أن أول محاولة كانت بمبادرة من خارج قطاع البنوك، وبالتحديد من شركات التقسيط التى كانت بأمس الحاجة إلى مثل هذه الآلية . فظهرت أول محاولة لإنشاء مركز محلى للائتمان فى الغرفة

التجارية الصناعية بجدة (عام ١٤١٣هـ) والرياض (عام ١٤١٤هـ) تحت مسمى مركز التقسيط. ويلاحظ أن قاعدة البيانات كانت مقتصرة فى البداية على المعلومات السلبية الخاصة بالأشخاص الذين ترد معاملاتهم لمكتب الاحتجاج بالغرفة ، وكانت المعلومات يتم تبادلها آلياً مقابل رسوم محددة . وقد تم تحديث بنية هذين النظامين بشكل رئيس فى عامى ١٤١٧ و ١٤١٩م على التوالي . حيث تم توسيع قاعدة البيانات لتشمل أكبر قدر من شركات التقسيط، وتم تحسين التقنية المستخدمة بالاعتماد على نظام إلكترونى لتبادل المعلومات من خلال شبكة توفر الارتباط مع شركات التقسيط، وبرنامج يسهل من الوصول إلى المعلومات الائتمانية الخاصة بطالبى التمويل . كما قامت الغرفة التجارية الصناعية بالمنطقة الشرقية فى عام ١٤١٨هـ بإنشاء مركز مماثل للمعلومات الائتمانية. وفى بداية ١٩٩٩م ، تم تطوير نظام تبادل المعلومات الائتمانية فى غرفة الرياض بحيث يشمل جميع القطاعات ذات العلاقة (مثل الشركات والمؤسسات العاملة فى قطاعات تقسيط السيارات والسلع المعمرة، وتأجير السيارات ، ومكاتب السفر والسياحة ، والخدمات الطبية ، والخدمات العقارية وغيرها)، وتحديث التقنية المستخدمة بحيث تقدم خدمات إضافية تتعدى تبادل المعلومات إلى جمع وتحليل البيانات ، ودراسة نظم الائتمان ، ووضع الضوابط والأسس التى تهدف إلى تعزيز آليات الائتمان والثقة .

كما قامت مؤسسة النقد العربى السعودى فى عام ١٤١٦هـ بتكوين قاعدة بيانات اصطلح على تسميتها بالقائمة السوداء. والنظام يستمد معلوماته وبشكل إجبارى من البنوك ويقدم خدماته للبنوك فقط. ويبدو أن النظام مازال فى مراحله الأولى ، حيث تصل البيانات خطيًا من البنوك ، وتقتصر قاعدة البيانات كما يدل اسمها على المعلومات السلبية فقط.

ويتميز النظام بحماية الخصوصية ؛ حيث يتم الاستفسار عن المتمولين من خلال رقم الهوية فقط، ولا يسمح بالحصول على نسخ من البرنامج أو طباعة البيانات (الجار الله، ١٤٢١هـ) .

وأُعلن في عام ١٤٢٠هـ عن عزم بعض رجال الأعمال السعوديين تأسيس شركة خاصة للمعلومات الائتمانية تستهدف تقديم الخدمة للشركات العاملة في سوق التقسيط، وكان من المتوقع أن يتم إشهار الشركة في الربع الأول من العام ٢٠٠٠م (الاقتصادية ، ١٤٢٠) . ولكن وزارة التجارة رفضت طلب الترخيص الذى تقدمت به الشركة الأولى لمزاولة هذا النشاط ؛ لأن نشاطها "غير مدرج ضمن الأعمال التى تمنح لها سجلات تجارية" (الاقتصادية ، ١٤٢١ ب). كما أُعلن عن مشروع شركة معلومات ائتمانية ذات رأسمال يساوى (٢٠) مليون ريال تملكها البنوك المحلية وتجمع معلومات عن الأفراد فقط، وتقتصر خدماتها مبدئيًا على البنوك ، على أن توسع قاعدة بياناتها لاحقاً لتشمل معلومات عن الشركات طالبة التمويل، وعلى أن تقدم خدماتها لشركات التقسيط (الاقتصادية ، ١٤٢١ أ) . وتشير آخر المعلومات عن هذه الشركة إلى توجه المؤسسين إلى توسيع دورها ليشمل "المطالبة والمرافعة والمدافعة والمخاصمة والمخالصة والمصالحة، وإقامة البينة وقبول الأحكام ونفيها والإقرار والإنكار وتقديم الاعتراضات والتنازل لدى المحاكم الشرعية والهيئات القضائية على اختلاف أنواعها ودرجاتها وديوان المظالم واللجان المتعلقة بتسوية الخلافات العمالية ولجان التحكيم ومكاتب الفصل فى منازعات الأوراق التجارية ومكاتب العمل وكافة اللجان القضائية (الشرق الأوسط، ١٤٢٢) . ومازالت الجهود قائمة لاستكمال إنشاء هذه الشركة .

ويبين الجدول رقم (٣) أن الشكل القانونى لأغلب مراكز الائتمان القائمة حاليًا فى المملكة يأخذ شكل التعاون وفق مبدأ تبادل المعلومات مقابل رسوم

اشتراك . فمراكز المعلومات الائتمانية الموجودة فى الغرف التجارية مملوكة للغرف ، وتعمل تحت مظلتها، وتقدم خدماتها للشركات والمؤسسات مقابل رسوم اشتراك محددة . ويستثنى من هذا مركز تبادل المعلومات فى مؤسسة النقد (القائمة السوداء) الذى يعمل ضمن مؤسسة عامة . وينطبق نفس الشكل بالنسبة للاقتراحات التى تم الإعلان عنها . حيث أعلن رجال الأعمال عن نية بيع شركة المعلومات الائتمانية المقترحة بعد اكتمال تأسيسها لمؤسسات التمويل العاملة فى مجال التقسيط بسعر التكلفة (الاقتصادية ، ١٤٢٠) ، كما أن المقترح الآخر عبارة عن شركة مملوكة للبنوك وتقتصر خدماتها مبدئيًا على البنوك (الاقتصادية ، ١٤٢١ أ) .

جدول (٣)

مراكز تبادل المعلومات الائتمانية فى المملكة

الدولة	تاريخ البداية	الشكل القانونى	نطاق العمل	عدد الأفراد المغطين	نوع المعلومات المتبادلة	مصدر المعلومات	ذاكرة النظام
نظام المعلومات الائتمانية فى غرفة جدة	١٤١٣	مملوك للغرفة	جدة	٦٠,٠٠٠	س	٢٥ شركة تقسيط	غير محدد بمدة
مركز الائتمان فى غرفة الرياض	١٤١٨	مملوك للغرفة	الرياض	٦٠,٠٠٠	س ، إ	٣٧ شركة تقسيط	١٥ سنة
مركز المعلومات الائتمانية فى غرفة الشرقية	١٤١٨	مملوك للغرفة	المنطقة الشرقية	٢٢,٠٠٠	س ، إ	١٢ شركة تقسيط	صفر
القائمة السوداء فى مؤسسة النقد	١٤١٦	مملوك للغرفة	المملكة	١٠٦,٠٠٠	س	جميع البنوك	صفر – سنة

س : المعلومات السوداء (السلبية) ، إ : المعلومات البيضاء (الإيجابية) .

المصدر : تم الحصول على بيانات مراكز الغرف التجارية من كل مركز على حدة، ولم يتم التحقق من دقة هذه الأرقام من مصادر مستقلة. وتم الحصول على معلومات القائمة السوداء من (الشرق الأوسط، ١٤٢١) .

ويبين الجدول (٣) أن نشاط مراكز المعلومات الائتمانية - ماعدا مركز مؤسسة النقد - يتركز فى بيئتها المحلية ، ولا يتعداه إلى المناطق الأخرى فى المملكة إلا فى حالات استثنائية. كما يلاحظ من الجدول الانخفاض النسبى فى عدد المتمولين المشمولين بالتغطية فى هذه المراكز، وعدد الشركات المشتركة فى التزويد والاستفادة من المعلومات . ولا تتوفر معلومات دقيقة فى الوقت الحاضر عن عدد التقارير التى يتم إصدارها من قبل كل مركز. وبافتراض أن كل متمول يتم الاستفسار عن معلوماته الائتمانية (مرة ، مرتين ، ثلاث مرات فى السنة) فإن نسبة عدد التقارير إلى عدد السكان (والبالغ ٢٠,٨٥ مليون نسمة فى عام ٢٠٠٠م) سوف تساوى (٠,٦٨٪، ١,٣٦٪، ٢٪) على التوالى . وهذه النسب - حتى فى ظل أقوى الافتراضات حول عدد التقارير- أقل من النسب العالمية كما هى موضحة فى العمود الأخير فى جدول (١) ؛ مما يؤكد الانخفاض النسبى لنشاط دوائر الائتمان فى المملكة .

ويلاحظ أيضًا من الجدول (٣) أن هذه المراكز تتفاوت من حيث حجم المعلومات المتبادلة . حيث يتم فى مركز غرفة الرياض تبادل معلومات أكثر تفصيلاً عن كل متمول . فعلى سبيل المثال يمكن أن يتم تبادل المعلومات الائتمانية الخاصة بكل عقد تمويل على حدة (مثل تاريخ العقد ، الدفعة الأولى ، أوقات الاستحقاق ، قيمة القسط ، طريقة السداد، المبلغ المتبقي، عدد أيام التأخير ، أسماء الكفلاء ومعلوماتهم) . ويتم تبادل معلومات إيجابية وسلبية فى مركزى غرفة الشرقية ، ولكن على نطاق أقل تفصيلاً . أما فى مركز غرفة جدة فيتم تبادل المعلومات الشخصية والائتمانية للمتعثرين فى السداد فقط (معلومات سلبية فقط) ، فى حين يتم تبادل المعلومات السلبية فى أضيق نطاق من خلال مركز مؤسسة النقد. كما

يلاحظ التفاوت الكبير بين ذاكرة أنظمة تبادل المعلومات؛ حيث تبلغ (١٥) سنة فى مركز غرفة الرياض ، فى حين تساوى صفراً فى مركز غرفة الشرقية؛ حيث يتم مسح المعلومات السلبية بعد الوفاء بالمديونية المتأخرة مباشرة. وتعتمد ذاكرة القائمة السوداء فى مؤسسة النقد على آلية تسديد المديونية. ففى حالة سداد العميل لكامل المبلغ المطالب به بما فيها الفوائد المستحقة يتم إزالة اسمه من القائمة بعد مرور خمسة عشر يوماً (وهى فترة تحديث البيانات لدى مؤسسة النقد) ، أما العملاء الذين يحصلون على خصومات فإنه يتم إبقاء أسمائهم فى القائمة السوداء لفترة لا تتجاوز اثنا عشر شهراً يتم بعدها إزالة أسمائهم (الشرق الأوسط ، ١٤٢١) . وكما سبقت الإشارة فإن إلغاء ذاكرة النظام يقضى على منافعه الأساسية المتمثلة فى تقليل مشكلتى الاختيار المعاكس والخطر الأخلاقي . وفى الوقت نفسه تعتبر مدة (١٥) سنة طويلة جداً بالمعايير العالمية ، ويصعب تبريرها بالضعف الحالى فى إجراءات الحماية القضائية للممولين .

وعمومًا فإن صناعة تبادل المعلومات فى المملكة ما زالت فى مراحلها الأولية . فمازال نشاطها مقصورًا بشكل رئيس على المقسطين خارج قطاع البنوك ، كما أن حجم نشاطها يعد منخفضًا مقارنة بالدول الأخرى . ولا يستبعد أن يتخذ شكل تطورها مسارًا مشابهًا لما حدث فى بعض الدول التى تولت فيها الشركات التمويلية غير البنوك زمام المبادرة بإنشاء دوائر ائتمان محلية فى البداية، ثم اتحدت ضمن دائرة ائتمانية مركزية، انضمت لها البنوك لاحقًا. وربما يؤدى التنافس الشديد بين مراكز الائتمان الحالية على التحكم بدائرة الائتمان المركزية إلى تأخر تحقق هذا الخيار ما لم يتم تبنى المشروع من جهة مركزية كمجلس الغرف التجارية مع إلزام جميع مراكز تبادل المعلومات الائتمانية بالغرف التجارية بالانضمام إلى هذه

الدائرة (الوطن ، ١٤٢١هـ) . وإذا ما تقاعس مجلس الغرف عن القيام بهذا الدور فلا مناص من أن يتولى القطاع الخاص زمام المبادرة بإنشاء شركة خاصة لتبادل المعلومات الائتمانية .

بالإضافة إلى المسار المحتمل لتطور مراكز الائتمان الحالية، فإن القائمة السوداء في مؤسسة النقد يمكن أن تصبح نواة لمسجل ائتمان عام إذا تم تطوير آلية عمله الحالية. وفي الواقع ، إن إنشاء هذا المسجل في المملكة يحتل أهمية كبيرة بسبب ضعف الحماية النظامية لأطراف عقود التمويل، وتراخي القطاع الخاص عن إنشاء دوائر ائتمان نشطة، وبسبب ما لدى المؤسسة من إمكانيات تقنية متقدمة، ومصلحتها الخاصة من هذا المركز كأداة رقابة إضافية. ولكن السعي الحثيث للبنوك لإنشاء دائرة ائتمان خاصة بها يقلل من احتمال تطور القائمة في هذا المسار.

وتشير المعلومات في جدول (٣) إلى أن المصدر الرئيس للمعلومات يأتي من شركات التقسيط أو البنوك. وكما تدل الأرقام التي أشير إليها في المقدمة فإن محدودية التمويل المؤسسي للمنشآت الصغيرة واعتمادها بشكل رئيس على التمويل غير المؤسسي ، يمثل أحد عوائق تطور صناعة تبادل المعلومات باعتبار أن التمويل غير المؤسسي لا يمثل مصدراً معتاداً للمعلومات . ولذا يقترح أن يفتح المجال لصغار الممولين ، خاصة المؤسسات غير الهادفة للربح التي تدير برامج التمويل الصغيرة وصغار الممولين في المناطق النائية ، للاستفادة من النظام وتغذيته بالمعلومات . ويتوقع أن يؤدي هذا إلى زيادة عدد ونوع التجار الذين يمكن أن يستفيدوا من النظام ، ومن ثم توسيع دائرة السلع التي يمكن بيعها بالتقسيط ، مما يؤدي إلى تقليل الحاجة بشكل كبير إلى اللجوء إلى أسلوب التورق للحصول على الائتمان .

وفى الواقع ، إن هناك حاجة ماسة لوجود نظام مركزى لتبادل المعلومات الائتمانية فى المملكة لعدة أسباب من أبرزها :

١ - كثرة التنقل ، ومن ثم عدم استقرار العناوين ، وصعوبة الاتصال بالمتمولين .

٢ - تأخر الفصل بين الخصومات حيث يتطلب الحصول ، على حكم قضائى فى الوقت الراهن إجراءات مطولة ومتابعة مستمرة من قبل المولين ، مما يزيد من تكلفة التمويل .

٣ - الاعتماد المتزايد من قبل الناس على التمويل المؤسسى لبناء المساكن والمسلتزمات الأساسية .

٤ - تزايد حجم الديون المتعثرة بسبب العجز أو المماطلة فى سداد الديون (الجار الله ، ١٤٢١هـ) . وينبغى الإشارة إلى أن إنشاء دوائر الائتمان سوف يقلب ميزان القوى فى سوق التمويل لصالح المولين، مما يحتم أن يصاحب هذا التنظيم تنظيم مواز ينظم عمل هذه الدوائر ويحمى خصوصية المتمولين ، خاصة فى ظل شكاوى المتمولين من سوء استخدام هذه الأداة فى بعض الأحيان نتيجة عدم وجود تنظيمات واضحة توضح حقوق والتزامات كل طرف (الشرق الأوسط ، ١٤٢١) . مما يحتم استصدار نظام على غرار نظام التقرير الائتمانى العادل Fair Credit Reporting Act (FCRA) الذى تم سنه فى الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٩٦م .

ملاحظات ختامية :

برهن العرض المتقدم بشكل جلى أن الافتراض الواقعى الذى يجب أن نقبل به هو أن معلومات أطراف المعاملات المالية متفاوتة، وهذا التفاوت

يؤدي إلى توازن أقل كفاءة مقارنة بالحالة المثالية التى يفترض فيها تماثل المعلومات . وليس بالإمكان إلغاء هذا التفاوت ولكن يمكن التقليل من حدته ، ومن ثم رفع مستوى كفاءة عمل الأسواق التى تعانى أكثر من غيرها من هذه المشكلة ، ومن أبرزها سوق التمويل . ويمثل تبادل المعلومات إحدى الوسائل التى يمكن أن تقلل من حدة تفاوت المعلومات بين أطراف المبادلات فى هذه السوق . وهو بهذا يمثل أداة مساعدة لكل من يرغب فى القيام بدور الممول فى الاقتصاد من بنوك وغيرها كشركات التقسيط، كما يعد فى نفس الوقت فرصة للمتمولين لبناء سمعة ائتمانية حسنة .

والأثر النهائى المتوقع لتبادل المعلومات هو تفشى الأمانة فى المجتمع . وهذا له أثر اقتصادى إيجابى ؛ لأن الأمانة تعد من السلع العامة. ومن ثم يؤدى تحسن مستوى أمانة الأفراد إلى تناقص الحاجة إلى قيام المجتمع - عن طريق الحكومة أو غيرها - ببعض الإجراءات اللازمة لتصحيح كثير من الاختلالات التى تؤدى إلى انخفاض فى الكفاءة الاقتصادية ومنها تفاوت المعلومات . فإذا كان واقع المجتمع بعيدًا عن الوضع المثالي ، فيجب البحث عن حلول واقعية تؤدى إلى اقتراب الأفراد من الوضع الأمثل . ويمثل تبادل المعلومات إحدى الوسائل التى يمكن أن تدفع الأفراد نحو اتباع السلوك الأمثل .

وتجدر الإشارة فى ختام هذا البحث إلى أن تبادل المعلومات يمكن أن يلعب نفس الدور فى أسواق أخرى تعانى من حدة تفاوت المعلومات . فتبادل المعلومات بين المؤمنين حول المؤمن عليهم ، وبين أرباب الأعمال حول الموظفين، يؤدى إلى خفض تكلفة المبادلات فى هذه الأسواق بسبب انخفاض احتمال الغبن ، ومن ثم انتعاش هذه الأسواق المهمة فى الاقتصاد .

وأخيرًا فإن التنظيم المؤسسى لتبادل المعلومات يمثل حلاً من ضمن عدة حول أخرى. فهناك حاجة ماسة إلى تحديد أدق للحقوق والواجبات من خلال سن النظم، وإلى إجراءات قضائية كفؤة تعجل من الفصل بين الخصومات، وآلية تنفيذ فعالة تقلل من الفترة بين صدور الأحكام القضائية وتنفيذها. وبهذا يمكن النظر إلى تبادل المعلومات كحل ضمن سلسلة من الحلول الهادفة إلى بناء بيئة مؤسسية تدعم استقرار ونمو الاقتصاد .

المراجع

أولاً - المراجع العربية :

١ - **جريدة الاقتصادية (١٤٢٠)** ، عدد ٢٣٠٥ ، ١٤ شوال ١٤٢٠هـ (٢٠ يناير ٢٠٠٠) ، الرياض .

٢ - **جريدة الاقتصادية (١٤٢١ أ)** ، عدد ٢٥٤٣، ٢٢ جمادى الثانية ١٤٢١هـ (٢٠ سبتمبر ٢٠٠٠)، الرياض .

٣ - **جريدة الاقتصادية (١٤٢١ ب)** ، عدد ٢٦٧٨، ٨ ذو القعدة ١٤٢١هـ (٢ فبراير ٢٠٠١) ، الرياض .

٤ - الجار الله، خالد محمد (١٤٢١هـ) . **"المحاولات القائمة لإنشاء مراكز ائتمان فى المملكة"**، ورقة غير منشورة، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض ، الرياض .

٥ - الجفري، ياسين (٢٠٠١). "الديون المعطلة"، **جريدة الاقتصادية** ، العدد ٢٧٣٣ ، ١١ محرم ١٤٢٢هـ (٤ أبريل ٢٠٠١) ، الصفحة الخامسة.

٦ - الحافي، خالد بن عبد الله، (١٤٢٠هـ) . **"الإجارة المنتهية بالتمليك فى ضوء الفقه الإسلامي"**، بدون ناشر ، الرياض .

٧ - الزرقا، أنس ومحمد القرى (١٤١١هـ) . "التعويض عن ضرر المماطلة فى الدين بين الفقه والاقتصاد"، **مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد الإسلامي** ، ٣ : ٢٥-٧٥.

٨ - سجيني ، إسماعيل إبراهيم (١٤١٨هـ) . **"مشاكل تمويل الصناعات الصغيرة بالمملكة: دراسة تطبيقية"**، ورقة مقدمة للقاء السنوى الحادى عشر لجمعية الاقتصاد السعودية ، جامعة الملك سعود ، الرياض .

٩ - شابرا، عمر (١٤٠٨هـ) . **"نحو نظام نقدى عادل"** ، المعهد العالمى للفكر الإسلامي، واشنطون، الولايات المتحدة الأمريكية.

١٠- **جريدة الشرق الأوسط (١٤٢١)** ، عدد ٨٠٧١، ٧ شوال ١٤٢١هـ (٢ يناير ٢٠٠١)، الصفحة الاقتصادية .

١١- **جريدة الشرق الأوسط (١٤٢٢)** ، عدد ٨٣٤٦، ١٧ رجب ١٤٢٢هـ (٤ أكتوبر ٢٠٠١)، الصفحة الاقتصادية .

١٢- **شركة الراجحي المصرفية للاستثمار (١٩٩٩)** . "القوائم المالية الموحدة للسنة المالية المنتهية في ١٩٩٩/١٢/٣١م"، الرياض .

١٣- **شركة الراجحي المصرفية للاستثمار (١٤٢٢)** . "برنامج حساب الأقساط"، موقع الشركة على الإنترنت http://www.alrajhibank.com.sa ، تاريخ الزيارة : ١٠ رمضان ١٤٢٢هـ .

١٤- **مؤسسة النقد العربي السعودي (١٤٢١هـ)** ." التقرير السنوي السادس والثلاثون"، الرياض .

١٥- **جريدة الوطن (١٤٢١)** ، عدد ١٦٥، ١٨ ذو الحجة ١٤٢١هـ (١٣ مارس ٢٠٠١) .

ثانياً - المراجع الإنجليزية :

1- Aggarwal R. and T. Yousef, (2000). "Islamic Banks and Investment Financing". **Journal of Money, Credit, and Banking, . 120-93 : (1) 32**

2- Akerlof, G., (1970). "The Màrket for Lemons: Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism" .**Quarterly Journal of Economics, . 500-488 : 84**

3- Jappelli T., and M. Pagano , (2000a). **"Information Sharing, Lending and Defaults: Cross-Country Evidence"**. working paper No. 22, Center for Studies in Economics and Finance (CSEF). Italy.

4- Jappelli T., and M. Pagano, (2000b), **"Information Sharing in Credit Markets: A Survey** ."working paper No. 36, Center for Studies in Economics and Finance (CSEF). Italy

5- Jappelli T., and M. Pagano, (2000c), **"Information Sharing in Credit Markets: The European Experience** ."working paper No. 35, Center for Studies in Economics and Finance (CSEF). Italy

6- Manove, M., A. J. Padilla and M. Pagano, (2000)" .**Collateral vs. Project Screening: A Model of Lazy Banks"**. working paper No. 10, Center for Studies in Economics and Finance (CSEF). Italy.

7- Mas-Colell, A, M. Whinston and J. Green, (1995). **"Microeconomics Theory"**, New York : Oxford.

8- Padilla, J. and M. Pagano, (1997). "Endogenous Communication Among Lenders and Entrepreneurial Incentives" .**The Review of Financial Studies, Spring, 10 (1) : 205-236.**

9- Padilla, J. and M. Pagano, (1999). "Sharing Default Information as a Borrower Discipline Device" . **European Economic Review, 44 . 1980-1951 : (10)**

10-Pagano M. and T. Jappelli, (1993). "Information Sharing in Credit Markets" . **The Journal of Finance, 43 . 1718-1693 : (5)**

11-Pinheiro, A. and C. Cabral, (1999). **"Credit Markets in Brazil: The Role of Judicial Enforcement and Other Institutions".** working paper, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Washington.

12-Trivelli C., J. Alvarado, F. Galarza, (1999). **"Increasing Indebtedness, Institutional Change and Credit Contracts in Peru".** working paper, Latin American Research Network.

مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط كأساس لقياس تكلفة الخدمات الصحية بالمستشفيات

الدكتور/ رضا إبراهيم صالح

أستاذ المحاسبة المساعد - معهد الإدارة العامة



● دورية الإدارة العـــامــة
● المجلد الثــانى والأربعــون
● العـــــــــدد الأول
● مـــحـــــرم ١٤٢٣ هـ
● أبـــــريـــــل ٢٠٠٢ م

مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط كأساس لقياس تكلفة الخدمات الصحية بالمستشفيات

د . رضا إبراهيم صالح*

تعــد الخدمات الصحية إحدى الدعائم الرئيسية للخدمات الاجتماعية التى تحرص كل الدول على تقديمها وتمويلها ، أو إدارتها والإشراف عليها وضمانها ، وذلك تبعًا لاختلاف نظمها الاقتصادية ، باعتبار أن تقديم الخدمات الصحية المناسبة لأفراد المجتمع إنما يعنى فى النهاية المحافظة على الثروة البشرية التى تعد الركيزة الأساسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية لأى مجتمع . ولقد ازداد الطلب على الخدمات الصحية نتيجة عوامل عديدة تزامنت مع التطور الصناعى والاقتصادى ، وتمثلت فى حدوث طفرات متلاحقة فى علوم وأساليب الطب والصحة والعلاج ، وظهور المبتكرات من الأجهزة والمعدات الطبية الحديثة ، وزيادة الوعى الطبى لدى الأفراد نتيجة ارتفاع مستوى التعليم ، وتنوع الأمراض التى يتعرضون لها نتيجة التلوث البيئى . وتشخيص أنواع جديدة من الأمراض لم تكن معروفة من قبل ، وما تستلزمه من تكاليف باهظة لإجراء البحوث والتجارب للوصول إلى أنسب الطرق لعلاجها .

* مدرس بقسم المحاسبة بكلية التجارة - جامعة طنطا (حاليًا أستاذ المحاسبة المساعد بمعهد الإدارة العامة) .

وقد انعكست كل تلك الأسباب مجتمعة فى النهاية فى شكل ارتفاع تكلفة الخدمات الصحية بمعدلات سريعة متلاحقة ، وجعلت منها مشكلة ذات تأثيرات سلبية تمس قطاعًا عريضًا من الأفراد على اختلاف مستويات دخولهم ، بل تمتد آثارها السلبية لتنعكس على الحكومات . وبصفة خاصة فى الدول النامية . وما يمكن أن تخصصه حكومات تلك الدول من اعتمادات مالية فى موازناتها العامة ؛ لمواجهة تلك الزيادة المطردة فى تكلفة الخدمات الصحية . وحسب تقديرات البنك الدولى فقد بلغ الإنفاق العالمى على هذه الخدمات فى عام ٢٠٠٠ م أكثر من (٢) تريليون دولار ، وذلك بنسبة (٨٪) من إجمالى الدخل العام . كما ارتفعت نسبة تكلفة الخدمات الصحية خلال العقدين الماضيين فى معظم بلدان العالم حيث بلغ إجمالى ما ينفق على الخدمات الصحية فى الولايات المتحدة الأمريكية على سبيل المثال (١٥٪) من الناتج القومى مقابل (٧٪) للدفاع و (٧٪) للتعليم ، ويتراوح ما ينفق على الخدمات الصحية فى الدول المتقدمة الأخرى مثل بريطانيا وألمانيا والسويد بين (٧٪) إلى (١٠٪) من الناتج القومى (ندوة اقتصاديات الصحة ، ٢٠٠١) .

وتختلف نظم تمويل الخدمات الصحية بين بلدان العالم ما بين التمويل العام من موازنات الدول أو الدفع المباشر للمستفيدين من تلك الخدمات ، وبصفة عامة فإنه يمكن تصنيف نظم تمويل الخدمات الصحية على النحو التالى : (الفالح ، ١٩٩٩م)

- الدفع المباشر مقابل الحصول على الخدمة .
- التأمين الصحى الخاص .
- التأمين الاجتماعى الإلزامى .

- ضرائب تؤخذ من المواطنين مقابل قيام الدولة بتمويل الخدمات الصحية .
- ميزانية مركزية تخصص من الدولة لتمويل الخدمات الصحية .

وبالرغم من عدم وجود نظام مثالى لتمويل الخدمات الصحية يمكن أن يكون صالحًا للتطبيق فى كل الظروف وعلى كل بلدان العالم ، إلا أن التمويل العام بجميع صوره يعتبر المصدر الرئيس لتمويل الخدمات الصحية فى أغلب دول العالم ، ويصل فى المتوسط إلى نسبة (٧٥٪) من التمويل فى الدول عالية الدخل مثل أوربا واليابان ، والاستثناء الوحيد من تلك الدول ذات الدخل المرتفع هو الولايات المتحدة الأمريكية ، حيث تصل نسبة التمويل العام للخدمات الصحية بها إلى (٤٠٪) . أما الدول النامية قليلة الدخل فإن التمويل العام لا تتعدى نسبته (٢٠٪) بها ، فى حين أن الدفع المباشر هو الأسلوب السائد فى معظم تلك الدول (الفالح ، ١٩٩٩م) . ومن ثم فإن لجوء تلك الدول لأسلوب التمويل المباشر قد لا يكون نتيجة عدم قناعتها بأسلوب التمويل العام ، ولكن نتيجة ضعف إمكانياتها وصعوبة تطبيق نظم التأمين الاجتماعى الإلزامى أو جمع الضرائب ، حيث يتوقف ذلك على مدى وجود نظام اقتصادى ونظام ضريبى فعال ، وكذلك مستوى دخول الأفراد وحجم العمالة ونسبة البطالة ، وأهمية الخدمات الصحية ومكانتها فى سلم الأولويات بالنسبة للقرار السياسى .

طبيعة المشكلة :

فى ظل ضعف الإمكانيات والموارد المالية المتاحة للدول النامية ، وضآلة ما تخصصه معظم تلك الدول من اعتمادات للإنفاق على الخدمات الصحية - تزداد الحاجة إلى ضرورة الاستعانة ببيانات التكاليف لترشيد

القرارات الإدارية واستغلال الموارد المحدودة المخصصة لتلك الخدمات أفضل استغلال ممكن . ولما كانت المستشفيات تمثل الجزء الأكبر فى قطاع الخدمات الصحية ويمثل الإنفاق عليها النسبة الكبرى من إجمالى النفقات المخصصة لهذا القطاع ، فقد انصب اهتمام الحكومات فى العديد من الدول ومقدمى الخدمات الصحية على تبنى الأساليب التى تكفل ترشيد تكلفتها . ويعد استخدام أسلوب المشاركة فى التكلفة عن طريق الدفع المباشر لجزء من التكلفة من جانب المستفيدين من الخدمات الصحية ، إسهامًا فى توفير جزء من التمويل اللازم لتلك الخدمات ، ولكنه لا يؤدى إلى ضبط وترشيد الإنفاق على الخدمات الصحية (الأحمدى ، ١٤١٩هـ) .

فقد أظهرت تجارب تطوير الخدمات الصحية فى الدول المتقدمة أن المشاركة فى التكلفة تخفض من استخدام الفرد للخدمات الصحية ، إلا أنها لا تساعد على السيطرة على التكلفة ؛ حيث إن التكلفة الكلية للخدمات الصحية تحدد من قبل عارضى الخدمة الصحية وليس من قبل طالبى الخدمة أو المستفيدين . فإذا قل الطلب على الخدمة من قبل المستفيدين لجأ مقدمو الخدمة إلى تركيز خدماتهم فى تقديم علاج وفحوصات أكثر فى كل احتكاك بين مقدمى الخدمات الصحية والمرضى ، حتى يمكنهم تغطية النقص فى الطلب على الخدمة ؛ مما يؤدى إلى زيادة تكلفتها . ومن أجل السيطرة على التزايد المستمر فى تكلفة الخدمات الصحية ، تبدو أهمية استخدام منهج استرداد التكاليف والذى يعنى تحمل المستفيدين من الخدمات الصحية للتكلفة الفعلية لتلك الخدمات ، والتى يتم تحديدها بناء على قياسات موضوعية دقيقة . ويعتبر التأمين الاجتماعى الإجبارى أحد الحلول المهمة المطروحة فى هذا المجال لضمان استمرارية تطوير الخدمات الصحية والتأثير الإيجابى على استخدامها من قبل المستفيدين ؛ لأنه وإن

كانت الأوضاع الاقتصادية وظروف بعض الدول تسمح فى الوقت الراهن بتحمل الدولة لجميع تكاليف الخدمات الصحية - وقايةً وعلاجًا - فإن الاستمرارية فى ذلك قد تبدو فى المستقبل القريب من الصعوبة بمكان ، سواء بما تفرضه المتغيرات والظروف العالمية والإقليمية ، أو الارتفاع المطرد فى تكلفة الخدمات الصحية والتى جعلت أكثر الدول تقدمًا وأعلاها دخلاً تتجه لنظام التأمين الصحى بوصفه سبيلاً لتوفير الخدمات الصحية لمواطنيها .

ونتيجة لذلك ظهرت الحاجة الماسة إلى ضرورة البحث عن الأساليب المناسبة لقياس وترشيد تكلفة الخدمات الصحية ؛ لضمان عدم تحمل الأفراد بأعباء تزيد أو تقل عن التكلفة الفعلية لتلك الخدمات ، إلا أن هناك قصورًا واضحًا بشأن معالجة بعض المشكلات المحاسبية فى مجال قياس تكلفة الخدمات الصحية ، ويرجع ذلك إلى عديد من العوامل ، أهمها :

- النشأة التاريخية للخدمات الصحية وتقديمها من خلال المستشفيات العامة - التى تمول من موازنة الدولة - وما واكب ذلك من عدم الاهتمام بالنظم المحاسبية المطبقة ، وافتقار الإدارة إلى البيانات المحاسبية التى تخدمها فى تخطيط ورقابة الموارد المتاحة لديها .
- تحديد أسعار الخدمات الصحية (فى المستشفيات الخاصة) فى معظم الأحوال ، بناءً على تقديرات شخصية ، وليس بناءً على أسس موضوعية لقياس تكاليف الموارد المستنفذة أو المستغلة فى أداء الخدمة ؛ مما أدى إلى التفاوت الكبير فى أسعار نفس الخدمة بين المستشفيات الخاصة .
- تطبيق أطر نظم المحاسبة فى النشاط الفندقى على العديد من أوجه نشاط الخدمات الصحية وخاصةً بالنسبة لأقسام الاستشفاء والإقامة

الداخلية بالرغم من اختلاف طبيعة ونوعية الخدمات فى كل منهما .

- تركيز أغلب بحوث التكاليف والمحاسبة الإدارية على المشاكل الخاصة بالمنظمات الصناعية دون المؤسسات الخدمية وخاصةً فى مجال الخدمات الصحية ، وهو ما يستلزم ضرورة توجيه الاهتمام بدراسة المشكلات المحاسبية فى تلك المؤسسات .

وعلى الرغم من كل الصعوبات والمحددات التى تحيط بعملية قياس تكاليف الخدمات الصحية ، وكذلك الاختلاف بين أهداف المستشفيات العامة بوصفها وحدات حكومية غير هادفة للربح والمستشفيات الخاصة بوصفها وحدات هادفة للربح ، إلا أن الاختلاف فى هدف الربحية لا يؤثر على أساليب قياس التكاليف الممكن استخدامها فى كل منهما . ويعتقد الباحث أنه من الممكن إستخدام منهج المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط لإخضاع عناصر تكاليف الخدمات الصحية للقياس بدرجة عالية من الدقة والموضوعية ؛ لذلك تتمثل مشكلة البحث فى دراسة مدى إمكانية استخدام مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط ACTIVITY BASED COSTING (ABC) باعتباره أحد المداخل التى استخدمت فى بيئة الإنتاج الحديثة لمعالجة أوجه القصور فى مجال قياس وترشيد تكلفة الخدمات الصحية ، وذلك من خلال تحديد مسببات التكلفة والتى يتم توزيع التكاليف على أساسها على مختلف الأنشطة .

أهداف البحث :

يهدف هذا البحث بصورة رئيسية إلى استخدام مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط فى مجال قياس وترشيد تكلفة الخدمات

الصحية ، وتوفير المعلومات اللازمة فى مجال ترشيد القرارات الإدارية ، وتحديد أسعار تلك الخدمات فى المستشفيات الخاصة على أسس موضوعية دقيقة . ويندرج تحت هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية :

- دراسة وتحليل مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط من حيث مفهومه ومقوماته وخصائصه واستخداماته .
- دراسة أهم مشكلات قياس وترشيد التكاليف فى مجال الخدمات الصحية .
- بيان مدى إمكانية استخدام مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط فى علاج هذه المشكلات ، ودوره فى ترشيد عملية اتخاذ القرارات وتوفير المعلومات اللازمة ؛ لتسعير تلك الخدمات .

تساؤلات البحث :

فى ضوء طبيعة المشكلة وأهداف البحث فإن هذه الدراسة تحاول الإجابة على الأسئلة البحثية التالية :

١ – ما مفهوم مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط ABC ؟ وما مقومات وخصائص هذا النظام مقارنة بالأنظمة التقليدية الأخرى فى مجال قياس وترشيد التكلفة ؟

٢ – ما أهم مشكلات قياس التكاليف فى مجال الخدمات الصحية بالمستشفيات ؟

٣ – ما مدى توافر مقومات استخدام مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط فى مجال قياس التكلفة وتحديد أسعار الخدمات الصحية بالمستشفيات ؟

أهمية البحث :

تبدو أهمية البحث من وجهة النظر الأكاديمية فى دراسة مدى إمكانية استخدام أحد أنظمة التكاليف الحديثة المطبقة فى النشاط الصناعى على قطاع الخدمات الصحية ، وبما يتلاءم مع طبيعة هذا النشاط . ومن ثم يمثل هذا البحث محاولة علمية تستهدف الاستفادة من أحد الأساليب الحديثة لقياس التكاليف المستخدمة فى القطاعات الصناعية ذات الإنتاج المادى الملموس لبيان مدى إمكانية تطويع هذا الأسلوب بما يسمح باستخدامها فى مجال قياس وترشيد التكلفة فى قطاع الخدمات الصحية ذات الإنتاج الخدمى غير الملموس . كما تبدو الأهمية العملية للدراسة من خلال البحث عن أنسب الأساليب لقياس تكاليف الخدمات الصحية بصورة موضوعية دقيقة ، خصوصًا فى ظل نقص الموارد المتاحة فى معظم الدول النامية ، وبما يسهم فى المحافظة على تلك الموارد وترشيد القرارات الإدارية وتحديد أسعار تلك الخدمات على أسس موضوعية .

منهج البحث :

فى إطار محاولة تحقيق أهداف البحث فقد تم استخدام المنهج الاستقرائى ، وذلك لمراجعة أدبيات الدراسة بهدف التعرف على مساهمات الفكر المحاسبى وكذلك الممارسة العملية ، واستعراض أهم مشكلات قياس التكاليف فى مجال الخدمات الصحية . وقد تم استخدام المنهج الاستنباطى لدراسة مدى إمكانية استخدام مدخل المحاسبة على تكاليف الأنشطة لتوفير البيانات اللازمة لمعالجة القصور واستنباط أوجه التطوير الممكنة لقياس وترشيد تكلفة الخدمات الصحية .

خطة البحث :

ارتباطًا بأهداف البحث ومنهجه يتضمن البحث بالإضافة إلى ما سبق الأجزاء التالية :

❖ الدراسات السابقة .

❖ مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط فى مجال قياس تكلفة الخدمات الصحية ويتضمن النقاط التالية :

- مفهوم مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط .
- المنهج التقليدى لتحميل التكاليف غير المباشرة .
- مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط لتحميل التكاليف غير المباشرة .
- مقومات مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط .
- أهم مشكلات تطبيق مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط .
- دور مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط فى قياس تكلفة الخدمات الصحية .

❖ تحديد أسعار الخدمات الصحية بالمستشفيات ويتضمن النقاط التالية :

- تسعير الخدمات الصحية على أساس التكلفة .
- مشاكل تسعير الخدمات الصحية على أساس التكلفة .
- دورة المستفيد كأساس لتسعير الخدمات الصحية على أساس التكلفة .

❖ الخلاصة والنتائج .

الدراسات السابقة :

احتلت مشكلة ارتفاع تكلفة الخدمات الصحية اهتمام العديد من الباحثين فى الربع الأخير من القرن العشرين - خصوصًا فى الدول المتقدمة - وفى الوقت الذى تزداد فيه تكاليف الخدمات الصحية بمعدلات مثيرة للفزع فإن تقديم هذه الخدمات بصورة عالية الجودة يعد أمرًا مشكوكًا فيه . وقد اهتم الباحثون - بخاصة فى الدول المتقدمة - بتقديم العديد من الدراسات التى تناولت المشكلة من جوانبها المختلفة ، وذلك من أجل تنمية وتطوير الخدمات الصحية المقدمة بالشكل الذى يضمن تقديم هذه الخدمات بالجودة والسعر المناسبين . وفيما يلى استعراض لأهم تلك الدراسات :

أولاً : دراسات تناولت ترشيد تكلفة الخدمات الصحية وعلاقتها بالجودة :

١ - دراسة Rosenstein (1991) :

أرجعت هذه الدراسة ارتفاع تكلفة الخدمات الصحية إلى وجود فجوة فى كثير من الأحيان بين الأطباء وإدارة المستشفى ؛ وذلك بسبب تعارض أهداف ورغبات كل منهما . حيث ترغب إدارة المستشفى فى تعظيم العائد عن طريق خفض التكاليف دون تفهم أثر ذلك على كفاءة الخدمات الصحية المقدمة ، فى حين يرغب الأطباء فى تقديم الخدمة الصحية بجودة عالية دون اكتراث لما يترتب على ذلك من ارتفاع فى التكلفة .

وأوضحت الدراسة أن إزالة هذا التعارض تستلزم أن يعمل الفريقان معًا على الوصول إلى الخدمة بالجودة المطلوبة وبأقل تكلفة ممكنة ، وذلك عن

طريق تنفيذ برنامج يشترك فيه الفريقان لمراجعة استخدام الموارد المتاحة للمستشفى . ويتم تنفيذ هذا البرنامج على عدة مراحل تبدأ بمراجعة إجراءات قبول المريض بالمستشفى ومدى إمكانية تحويله للعيادات الخارجية أو قبوله بالأقسام الداخلية فى حالة الضرورة . ومراجعة مدى كفاءة وملاءمة العلاج المقدم ومستوى التمريض وفترات الإقامة بالمستشفى ، وكذلك فى مرحلة ما بعد خروج المريض يتم تحليل بيانات التكاليف لتقييم الكيفية التى استخدمت بها موارد المستشفى لكل حالة مرضية على حدة ، وكل قسم من أقسام الخدمات الصحية وكل طبيب داخل القسم ؛ حتى يمكن اتخاذ الإجراءات التصحيحية المناسبة (Rosenstein, 1991) .

٢ - دراسة Abernethy,M.A. (1996) :

تبنت هذه الدراسة فكرة تحكم الطبيب فى تكلفة الخدمات الصحية ، ومن ثم فهو العامل الأكبر تأثيرًا فى ارتفاع أو انخفاض تكلفة الخدمات الصحية . ولهذا تأسست الدراسة على الفروض الثلاثة الآتية :

(أ) أن هناك ضرورة لإحاطة الأطباء علمًا بتكلفة الخدمات الصحية المختلفة .

(ب) أن هناك نوعًا من الإسراف من جانب الأطباء فى كثير من الأحيان فى استخدام مواد وتسهيلات المستشفى .

(جـ) أنه من الممكن تدريب الأطباء على كيفية ترشيد التكاليف . ولاختبار مدى صحة هذه الفروض تم تصميم برنامج تدريبى موجه لأطباء المستشفى محل الدراسة يشتمل على العديد من الأساليب فى مجال ترشيد التكاليف ، منها محاضرات فى مجال خفض ورقابة التكلفة ،

وأسلوب يتيح للأطباء مراجعة بيانات التكاليف الخاصة بهم ، وكذلك مراجعة بيانات التكاليف الخاصة بالمستشفى ككل ومناقشتها بشكل جماعى ، وإعداد كتيبات توضح تكلفة الإجراءات الطبية المختلفة للرجوع إليها قبل تقرير أى إجراء . وقد انتهت الدراسة إلى أنه على الرغم من أن برامج تدريب الأطباء على ترشيد التكاليف قد لا تحقق وفورات فى التكاليف بدرجة ملموسة فى الأجل القصير ، إلا أنها تنمى الشعور لديهم بأهمية أخذ التكلفة فى الحسبان قبل التوصية بأى إجراء طبى ؛ مما قد يساعد على خفض تكلفة الخدمات الصحية على المدى الطويل (Aberenthy,1996) .

٣ - دراسة West, T.D.& D.A. West, (1997) :

بعد أن أصبحت الحاجة ماسة فى حقبة التسعينيات إلى الوصول إلى تقدير دقيق لتكلفة الخدمات الصحية ، وبات ذلك مطلبًا ملحًا لإدارة المستشفيات وأكثر إلحاحًا من جانب شركات التأمين التى تزاول أعمال التأمين الطبى ، فى نفس الوقت الذى تطلب فيه الحكومة تحقيق أقصى كفاءة فى تخصيص التكلفة وقياسها ، وهو ما يتطلب اتباع أكثر الطرق دقة وكفاءة فى محاسبة التكاليف حتى يمكن البقاء فى السوق .

ويعد مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط أحد الأساليب المشار إليها ؛ مما دعا إلى تطبيقه فى العديد من مؤسسات الرعاية الطبية بلغ ٢٠٪ من المستشفيات الأمريكية والكندية ؛ لذا قد اختبرت تلك الدراسة نتائج تطبيق هذا المدخل على مؤسسة للغسيل الكلوى تقدم خدمات متكاملة ولا تسعى إلى الربح ، وتوصلت الدراسة إلى فعالية المحاسبة على أساس تكلفة الأنشطة فى تحقيق دقة المحاسبة عن تكاليف الخدمات الصحية ،

فضلاً عن إسهام ذلك المدخل فى تطوير تحليل التكلفة واتخاذ القرارات الإدارية (West &West, 1997) .

٤ - دراسة Eichhorn (1998) :

قامت فكرة هذه الدراسة على أساس ضرورة فهم هيكل العمليات الإنتاجية ونظم الإنتاج داخل المستشفى باعتبارها وحدة إنتاجية . ومن ثم قسمت الدراسة هيكل المستشفى إلى مستويين يختص الأول بالمريض والثانى بالمستشفى ذاته ، وكل منهما له مدخلاته ومخرجاته ، فبينما تتكون المدخلات الرئيسية للمستوى الأول من عدد أيام بقاء المريض بالمستشفى ، والإجراءات التشخيصية والعلاج والتمريض .. إلخ ، فإن مخرجات هذا المستوى تتمثل فى مدى التغير الذى حدث فى الحالة الصحية للمريض مثل تمام الشفاء ، وتحسن الحالة ، ودرجة الاستجابة للعلاج . أما المستوى الثانى الخاص بالمستشفى فإن مدخلاته تتمثل فى المواد والآلات والمعدات والتجهيزات والأفراد ، فى حين تتمثل مخرجاته فى الطاقة الاستيعابية للمستشفى . وحتى يمكن ترشيد التكلفة فإنه يجب مراجعة مدخلات ومخرجات كل مستوى من هذه المستويات . وانتهت الدراسة إلى أن ارتفاع تكلفة تقديم الخدمات الصحية لا يعنى بالضرورة ارتفاع مستوى جودة تلك الخدمات ؛ وذلك نظرًا لتقديم بعض الخدمات دون أن يكون هناك حاجة فعلية لها ، ومن ثم فإنه يمكن تخفيض التكلفة دون أن يتأثر مستوى الخدمة المقدمة عن طريق تجنب تلك الخدمات غير الضرورية (Eicohorn,1998) .

٥ - دراسة Sandier (1998) :

استهدفت هذه الدراسة بحث طبيعة العلاقة بين تكلفة الخدمات

الصحية ومستوى جودة أداء تلك الخدمات . وبينت الدراسة أن تخفيض معدلات الزيادة فى تكلفة الخدمات الصحية يستلزم فى البداية تحديد العوامل التى تؤدى إلى زيادة التكاليف ، وذلك عن طريق حصر عناصر التكاليف ، ومحاولة التحكم فى بعض العناصر عن طريق تخفيض مظاهر الإسراف والضياع والقضاء على مسبباتها . وقد قسمت الدراسة عناصر التكاليف إلى مجموعتين ، الأولى : خاصة بعنصر تكلفة الأجور . والثانية : تشمل باقى عناصر التكاليف . وقد تم التركيز على عنصر الأجور ؛ لما له من أهمية فى مجال تكلفة الخدمات الصحية ، ولارتباط جودة تلك الخدمات بمدى مهارة وكفاءة العنصر البشرى والمتمثل فى الأطباء وهيئات التمريض والعمالة الفنية والإدارية المختلفة . وخلصت الدراسة إلى إمكانية تخفيض تكاليف مرضى الأقسام الداخلية بنسبة تصل إلى ١٠٪ دون أن يؤثر ذلك على مستوى جودة الخدمة المقدمة إليهم . ومن ثم عدم ضرورة وجود علاقة ارتباط طردية بين تكلفة الرعاية الصحية ومستوى جودة الخدمة المقدمة ، إلا أن استمرار تخفيض التكلفة إلى ما بعد حد معين قد يؤثر على مستوى جودة الخدمة المؤداة (Sandier, 1998) .

ثانياً : دراسات ركزت على نشاط معين باعتباره أحد المسببات الرئيسية لزيادة التكاليف :

١ - دراسات تتعلق بنشاط التحاليل والمعامل :

أ - دراسة Hardwich, et . al (1988) :

تناولت هذه الدراسة نشاط المعامل والتحاليل الطبية وما يترتب عليها من تكلفة تصل إلى ما يقرب من ١٠٪ من إجمالى تكاليف تشغيل المستشفى .

وقد قسمت الدراسة العوامل المؤثرة فى نشاط المعامل والتحاليل إلى مجموعتين ، تتعلق الأولى بطبيعة المستشفى مثل الحجم والتخصص ومستوى الأبحاث الإكلينيكية ومستوى العناية المركزة ونوعية الحالات المرضية إلى يتم استقبالها . أما المجموعة الثانية فإنها تتعلق بالأطباء من حيث مستواهم العلمى وخبرتهم وأماكن تخرجهم ، ومدى إدراكهم لتكاليف التحاليل والأشعات . وخلصت الدراسة إلى تقديم نموذج لبعض المفاهيم يتطلب نظامًا رقابيًا صارمًا يتم بواسطته تحليل مدخلات المعامل المتمثلة فى طلبات التحاليل المختلفة ومخرجاتها المختلفة من نتائج الفحص وتحليل العينات ، وذلك كى يمكن تخفيض تكلفة تشغيل تلك المعامل عن طريق رقابة المخرجات وتخفيض معدلات الاستخدام (Hardwich, et.al, 1988) .

ب - دراسة Nathanson (1989) :

اختلف Nathanson تمامًا فى الرأى مع الدراسة السابقة من حيث إمكانية تخفيض تكاليف تشغيل المعامل عن طريق تخفيض معدلات الاستخدام . وعلى العكس من الدراسة السابقة طالبت تلك الدراسة بزيادة معدلات استخدام المعامل وإجراء المزيد من الفحوصات والتحاليل ، باعتبار أن ذلك يؤدى إلى تخفيض تكلفة تشغيل المستشفى ككل . وتأسست فكرة هذه الدراسة على أساس أن إجراء المزيد من الفحوصات قبل تقرير قبول المريض بالأقسام الداخلية سوف يجنب المستشفى تحمل تكلفة إقامتهم بتلك الأقسام ، بل إنه حتى بالنسبة للمرضى الذين تم قبولهم بالأقسام الداخلية ، فإن استيفاء جميع الفحوص المطلوبة قد يساعد على خفض مدة بقائهم بالمستشفى ؛ مما يؤدى فى النهاية إلى تخفيض التكاليف للمستشفى ككل نتيجة الزيادة البسيطة فى تكاليف المعامل والتحاليل (Nathanson, 1989) .

٢ - دراسات تتعلق بنشاط العناية المركزة :

أثارت تكلفة هذا النوع من الخدمات الصحية الكثير من الجدل بين الباحثين ، ففى الدراسة التى قام بها (Birnbaum,1996) عن تكلفة هذا النوع من الخدمات الصحية ، أظهرت الدراسة أن تكلفة العناية المركزة تبلغ فى المتوسط حوالى أربعة أضعاف الخدمات الصحية العادية ، وأن هذا النوع من الخدمات يقدم إلى عدد محدود من المرضى ونسبة ضئيلة من أفراد المجتمع . وقد أشارت الدراسة إلى عدم وجود أدلة قاطعة بخصوص جدوى هذه العناية المركزة فى كثير من الحالات وأثرها على تحسين فرص الحياة بالنسبة للمستفيدين منها . وأشار الباحث إلى أن أحد الأسباب الرئيسية وراء ارتفاع تكلفة هذا النوع من النشاط هو إصرار الأطباء على طلب أحدث وأفضل المعدات الطبية لإحلالها محل المعدات القديمة التى قد تؤدى نفس الخدمة ، بالرغم من عدم وجود أدلة قاطعة على تحسن كفاءة الرعاية المقدمة نتيجة لهذا الإحلال . وخلصت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين التكلفة التى تتحملها المستشفى نتيجة تقديم خدمة الرعاية المركزة لبعض المرضى بها وبين معدل بقاء هؤلاء المرضى على قيد الحياة نتيجة حصولهم على تلك الخدمة (Birnbaum, 1996) .

ويرى **Schulz & Johnson (1997)** أن يتم تقديم خدمات العناية المركزة فى ضوء نتائجها الطبية المحتملة . حيث أن استمرار تقديم خدمة العناية المركزة فى الحالات الميؤوس منها طبيًا هو إسراف لا معنى له ، وتكلفة إضافية لا مسوغ لها ما دامت النتيجة النهائية المتوقعة لن تتغير أو أن احتمالات تغيرها ضعيفة للغاية . وخلصت هذه الدراسة إلى ضرورة ترشيد استخدام الموارد المتاحة عن طريق تقديم تلك الخدمة للحالات التى يرجى شفاؤها فى المقام الأول ، ثم تقرر إمكانية تقديمها لباقى الحالات فى

ضوء النتائج الطبية المحتملة والتى تقررها التقارير والتوصيات الطبية
. (Schulz & Johnson , 1997)

وقد عارض Jaskow (1999) الآراء السابقة بشدة على اعتبار أن خدمات العناية المركزة يجب تقديمها لكل من يحتاج إليها ، وأن ناتج هذه الخدمات واعتبارات التكلفة الخاصة بها يجب عدم أخذها فى الحسبان ولا حتى مجرد التفكير فى مثل هذه الأمور من منظور إنسانى . ويرى أن مفاهيم وروح المهنة السامية تحتم على الطبيب والمستشفى تقديم هذه الخدمة بلا أى حدود أو اعتبارات حتى فى الحالات الميؤوس منها طبيًا . (Jaskow, 1999)

٣ - دراسات تتعلق بتكلفة العلاج والأدوية :

استهدفت دراسة William, et. al, (1995) بحث مدى إمكانية تحقيق التقليل من تكلفة المضادات الحيوية ، وانتهت الدراسة إلى أن تكلفة المضادات الحيوية تمثل حوالى (٥٠٪) من إجمالى تكلفة الأدوية المستخدمة فى صيدلية المستشفى محل الدراسة ، وأنه بالإمكان تخفيض تكلفة الأدوية المستخدمة بنسبة (٣٨٪) إذا استخدمت أنواع رخيصة من المضادات الحيوية بدلاً من تلك الأنواع عالية التكاليف ، دون أن يؤثر ذلك فى مستوى جودة الخدمات الصحية المقدمة (William, et. al, 1995) .

وفى دراسة أخرى قام بها Neal (1999) بين تكلفة الدواء ومدى فاعلية العلاج ، انتهى إلى عدم وجود دليل قاطع يثبت أن الأدوية مرتفعة التكاليف تؤتى بنتائج أفضل من الأدوية منخفضة التكاليف من حيث فاعلية العلاج . ومن ثم فقد أوصت الدراسة بالتحول إلى استخدام الأدوية منخفضة التكاليف وبخاصة فى الحالات التى تطول فيها فترة العلاج مثل حالات ضغط الدم وأمراض القلب (Neal et. al. 1999) .

٤ - دراسات تتعلق بتكلفة الطوارئ :

فى دراسة قام بها Warren, et. al (1991) بتحليل ودراسة تكاليف قسم الطوارئ فى أحد المستشفيات العامة ، حيث أظهرت الدراسة أن متوسط تكلفة هذا القسم حوالى (١٥٪) من إجمالى التكاليف الكلية . وقد قدمت هذه الدراسة عدداً من المقترحات بهدف الرقابة على تكاليف ذلك القسم وتحقيق الاستخدام الأمثل له . من أهم تلك المقترحات تحديد الحالات الحرجة التى يسمح فيها بالاستفادة بخدمات هذا القسم مثل حوادث السيارات والأزمات القلبية والنزيف والكسور والحروق وغيرها من الحالات التى يكون عامل تقديم الخدمة الطبية فيها على وجه السرعة هو العامل الحاسم فى إنقاذ المريض . وما عدا ذلك من حالات يمكن تحويلها على العيادات الأولية المختصة بدلاً من قسم الطوارئ تجنبًا لمواطن الإسراف .
(Warren, et.al, 1991)

من العرض السابق للدراسات السابقة يمكن القول إن المشكلة الرئيسية فى قياس تكلفة الخدمات الصحية تتمثل فى عملية تخصيص التكاليف ، وذلك وفقًا لأساس معين يجب أن يستند إلى علاقة السبب بالنتيجة بين حدوث التكاليف وبين موضوع القياس التكاليفى ، وذلك على أساس أن موضوع القياس التكاليفى - وهو الخدمة الصحية المقدمة - يكون هو السبب ، وأن النتيجة هى حدوث التكاليف . وهذه العلاقة من السهل تتبعها بالنسبة لعناصر التكاليف المباشرة ، أما بالنسبة للعناصر غير المباشرة فتبدو المشكلة أكثر تعقيداً ؛ حيث يكون لكل سبب العديد من التأثيرات ، كما أن كل حدث قد ينبع من أكثر من سبب . ولا شك أن افتقار أو عدم وضوح علاقة السبب بالنتيجة فى الكثير من المواقف هو الذى يجعل المحاسبين يضطرون إلى اللجوء إلى الأسس الحكمية أو التقديرية فى

عملية تخصيص التكاليف ، ومن ثم لا تكون هناك علاقة واضحة بين المخرجات (سواء كانت منتجات أو خدمات) من ناحية وبين التكاليف التى تسببت فى إيجادها من ناحية أخرى ؛ مما قد ينشأ عن ذلك عدم وضوح العلاقة بين القرارات التى تتخذها الإدارة وآثار هذه القرارات على التكاليف .

وعلى الرغم من تزايد الاهتمام ببيانات التكاليف فى مجال الخدمات الصحية ، إلا أن هذا الاهتمام فى أغلب الأحوال لم يكن بغرض الاستفادة من تلك البيانات فى قرارات التسعير ، وإنما كان بغرض الرقابة على تلك التكاليف ، وإعداد الموازنات وتحديد المخصصات المالية اللازمة لتنفيذها . وبالتالى تبدو الحاجة إلى ضرورة تطوير نظم التكاليف فى مجال الخدمات الصحية ، خصوصًا فى الدول النامية ، بغرض خدمة الإدارة فى تسعير الخدمات الصحية والمحافظة على مواردها ، فضلاً عن خدمة المرضى المستفيدين أنفسهم .

ويرتبط بمشكلة قياس تكلفة الخدمات الصحية ضرورة تحديد الأساليب المثلى لتحليل وتحميل عناصر التكاليف ، كبديل لمعدلات التحميل التى تستخدمها نظم التكاليف التقليدية ، وما قد ينتج عنها من قياس غير دقيق لتكلفة الأنشطة المختلفة ، وبالتالى عدم توفير البيانات الملائمة لاتخاذ القرارات الإدارية . ويعد مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط من المداخل المحاسبية الحديثة التى يمكن استخدامها لقياس تكلفة المنتجات من سلع وخدمات ، بصورة تعمل على محاولة الوصول إلى التحديد الدقيق لتلك التكاليف ، وبما يسهم فى ترشيد وتحسين عملية اتخاذ القرارات الإدارية .

وانطلاقًا من ذلك فإن هذه الدراسة تحاول الإجابة على العديد من التساؤلات حول ماهية المعلومات التى يمكن أن يوفرها مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط ، وما المجالات التى يمكن الاستفادة فيها من تلك المعلومات ، وكيفية الاستفادة منها ، وبيان كيفية قياس تكلفة أنشطة الخدمات الصحية على أساس مسببات تكلفة هذه الأنشطة ، ودراسة العلاقة بين تكاليف هذه الأنشطة وأسعار الخدمات الصحية .

مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط :

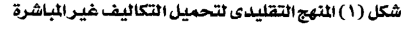
حظيت مشكلة قياس التكاليف باهتمام المحاسبين بغرض تحميل وحدة الإنتاج بنصيبها العادل من التكلفة الكلية وصولاً للسعر العادل لها . وتختلف حدة هذه المشكلة باختلاف مجال التطبيق ، فتبدو أقل حدة فى مجال المشروعات الصناعية التى تنتج إنتاجًا ملموسًا ، وعليه فيسهل تحديد مقدار الموارد المباشرة المستنفذة على وحدات الإنتاج الملموسة ، كما يسهل إلى حد ما تحميلها بالتكاليف غير المباشرة . لكن المشكلة تزداد صعوبة فى مجال المنشآت الخدمية لعدم وجود ذلك الإنتاج الملموس الذى يستفيد من عناصر التكاليف فى كثيرٍ من الأحيان . لذلك ظهرت العديد من الانتقادات الموجهة للطرق التقليدية لتخصيص وتوزيع التكاليف غير المباشرة على وحدات النشاط ، مثل القصور فى المعلومات التى توفرها تلك الطرق للإدارة بسبب عدم وجود أو ضعف العلاقة السببية بين وحدة النشاط والموارد التى استنفذتها ، وعدم دقة قياس تكلفة وحدة النشاط نتيجة عدم ارتباط التكاليف الموزعة بالموارد المستخدمة فى النشاط .

مفهوم مدخل المحاسبة عن التكاليف على أساس النشاط :

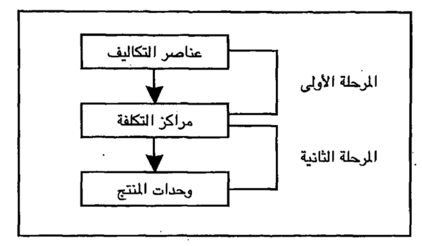
ظهر مدخل المحاسبة على تكلفة النشاط لمعالجة أوجه القصور فى الطرق التقليدية لتخصيص وتوزيع التكاليف غير المباشرة ، وتطوير مجالات توزيع وتخصيص الموارد المتاحة ومن ثم دعم اتخاذ القرارات الإدارية . ويقوم مدخل المحاسبة على تكاليف الأنشطة على أساس تحليل الأنشطة التى ينجم عن تنفيذها خدمات مشتركة وبالتالى تكاليف غير مباشرة ، ومن ثم تجميع تكاليف كل نشاط على حدة وتحميلها للمنتجات أو الخدمات على أساس حجم استهلاكها لهذه الأنشطة . وبالتالى فإن الهدف الأساسى لهذا المدخل هو تحديد مسببات التكلفة Cost Drivers حتى يسهل ربط التكاليف بالمنتج أو الخدمة (محمد ، الكخن ، ١٤١٧هـ) . ويبنى مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط على أساس الربط بين الموارد المستخدمة والأنشطة التى تستخدم أو تستهلك تلك الموارد ، ثم الربط بين تكاليف الأنشطة والمنتج النهائى سواء أكان وحدات منتجات أو خدمات ، وبالتالى يصبح استخدام الأنشطة كأساس لتوزيع التكاليف أمرًا أكثر موضوعية (عيسى ، ١٩٩٧م) .

المنهج التقليدى لتحميل التكاليف غير المباشرة :

تمر عملية تحميل التكاليف غير المباشرة على وحدات الإنتاج فى الطرق التقليدية المتعارف عليها لمحاسبة التكاليف بمرحلتين رئيسيتين ، وذلك كما يتضح من الشكل التالى :



شكل (١) المنهج التقليدى لتحميل التكاليف غير المباشرة



- المرحلة الأولى : يتم فيها تخصيص عناصر التكاليف (الموارد) على مراكز التكلفة ؛ استنادًا إلى بعض المقاييس التى توفر العلاقة لاستخدام تلك الموارد .
- المرحلة الثانية : يتم فيها تحميل تكاليف تلك المراكز على المنتجات النهائية وذلك باستخدام بعض المعدلات أو أسس التحميل المرتبطة بالحجم ، مثل ساعات العمل المباشر أو ساعات عمل الآلات أو تكلفة المواد المباشرة ، هذا على الرغم من أن العديد من عناصر التكاليف غير المباشرة لا ترتبط بهذه الأسس ، كما أن قيمة تلك التكاليف لا تتناسب مع عدد الوحدات المنتجة ، فضلاً عن اختلاف طبيعة عناصر التكاليف غير المباشرة نفسها .

وبالتالى فإن المنهج التقليدى لتحميل التكاليف غير المباشرة يقوم على أساس تحميل تكاليف مراكز التكلفة على المنتجات النهائية باستخدام بعض أسس التحميل المرتبطة بالحجم ، دون الأخذ فى الاعتبار عدم ارتباط العديد من بنود التكاليف غير المباشرة بالحجم ؛ مما قد ينشأ عنه قيم غير

دقيقة لعناصر التكاليف غير المباشرة التى تدخل ضمن تكلفة المنتجات النهائية ؛ حيث إن هذا الأساس لتحميل التكاليف غير المباشرة لا يأخذ فى الاعتبار استهلاك الموارد ؛ مما قد يقلل من فاعلية المنهج التقليدى كأداة رئيسية لقياس تكلفة المنتجات (يوسف ، ١٩٩٨م) .

مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط لتحميل التكاليف غير المباشرة :

أما فيما يتعلق بمدخل التكاليف على أساس الأنشطة فإن عملية تحميل التكاليف غير المباشرة تمر بالمراحل التالية (Damitio, Hayes & Kintzele, 2000) :

❖ المرحلة الأولى : تخصيص الموارد على الأنشطة :

ويتم فى هذه المرحلة حصر أوجه النشاط الرئيسية ، ويتم هذا الحصر سواء كمراكز فردية أو مجمعة ، وهو ما يستدعى تقسيم المنظمة إلى مجموعة من الأنشطة الأساسية ، وكل نشاط منه يصف جانبًا مما تؤديه المنظمة من عمليات ، حيث يعرف النشاط بأنه كل ما تبذله المنظمة ويستغرق وقتًا من أجل مخرجات التشغيل . والوظيفة الأساسية للنشاط هى تحويل الموارد (مواد أولية/عمالة/تكنولجيا) إلى مخرجات (منتجات/خدمات)

❖ المرحلة الثانية : تحميل تكلفة الأنشطة على المخرجات :

ويتم فى هذه المرحلة تحميل تكاليف الأنشطة على المخرجات من وحدات النشاط سواء كانت سلع أو خدمات وفقًا لعدد وحدات المنتج أو الخدمة المطلوب إنجازها ، ويتم ذلك باستخدام مسببات التكلفة

كمقياس للطلب ، ويقاس طلب المنتج على الأنشطة بعدد المعاملات التى أنشئت من أجل مسبب (موجه) التكلفة . حيث يعرف مسبب التكلفة بأنه مجموعة العوامل أو الأحداث المحددة التى تؤدى إلى حدوث التكاليف أو تؤثر عليها ، ويجب أن تتوافر فيه الشروط التالية :

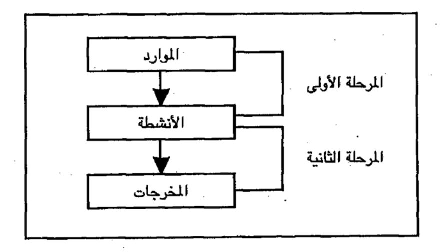
١ – أن تكون قابلة للقياس .

٢ – أن تكون قابلة للتخصيص على كل منتج حتى يمكن قياس تكلفة المنتج .

٣ – يجب اختيار موجه واحد للتكلفة لكل مجمع تكلفة .

وعليه فإن منهج المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط يقوم على قياس تكلفة الموارد المستخدمة لأداء الأنشطة ، ثم ربط تكاليف الأنشطة بالمنتجات النهائية التى تستفيد من تلك الأنشطة باستخدام مقاييس تعبر عن احتياجات تلك المنتجات من الأنشطة المختلفة ، وذلك كما يتضح من الشكل التالى :

شكل رقم (٢) مدخل المحاسبة عن الأنشطة لتحميل التكاليف غير المباشرة



مقومات مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط :

تتمثل أهم العناصر التى يقوم عليها مدخل المحاسبة على تكاليف الأنشطة فيما يلى (Cooper & Kaplan, 1992) :

١ - الموارد :

وهى تمثل العناصر الاقتصادية التى يتم توجيهها لأداء النشاط ، وهى تعتبر مصدر للتكلفة التى تحدث عند استخدام هذه الموارد ، فهى تعتبر من عوامل الإنتاج التى يتم استخدامها بواسطة النشاط لتوليد مخرجات النشاط . وتتضمن : الموارد ، المواد ، العنصر البشرى (العمل) ، التكنولوجيا ، التسهيلات أو الخدمات الأخرى المستخدمة فى دعم النشاط والتى تشتمل على الموارد أو الخدمات المشتراة من خارج المنظمة مثل الإعلان والخدمات المحاسبية والقانونية .

٢ - الأنشطة :

وتعتبر الأنشطة هى بؤرة التركيز فى ظل مدخل المحاسبة عن التكاليف على أساس الأنشطة ، وبصفة عامة يمكن تقسيم الأنشطة التى يمكن أن تؤدى لإنتاج منتج معين أو تقديم خدمة وفقًا لخاصية التسلسل أو الدرجية Hierarchies of Activites ، وهذه الخاصية هى الأساس فى تخفيض العيوب الموجودة فى ظل المنهج التقليدى ، حيث يتم التعامل مع الأنشطة التى يتم تحديدها فى المنشأة عن طريق تقسيمها إلى أربعة مجموعات رئيسية وهي على النحو التالى (Cooper,1990) :

النوع الأول : أنشطة ترتبط بوحدة المنتج Unit-level Activities :

وهى الأنشطة التى يتم أداؤها عند إنتاج كل وحدة من وحدات منتج معين ، وبالتالى فهى تختلف باختلاف أنواع وأعداد الوحدات المنتجة ، وتكاليف هذه الأنشطة تتضمن : المواد المباشرة ، الأجور المباشرة ، وبعض التكاليف الأخرى التى يمكن تتبعها لوحدة المنتج .

النوع الثانى : أنشطة تربط بالدفعة الإنتاجية Batch-level Activities :

وهى الأنشطة التى يتم أداؤها لكل دفعة إنتاجية ، وذلك بغض النظر عن عدد الوحدات المنتجة الخاصة بكل دفعة ، ومن أمثلتها تهيئة وتجهيز الآلات وطلب شراء مجموعة الأجزاء ، وبالتالى فإن تكلفة أداء تلك الأنشطة لا ترتبط بعدد الوحدات المنتجة الخاصة بكل دفعة إنتاجية . وبناءً على ذلك فإن مسببات التكاليف الخاصة بتلك النوعية من الأنشطة قد تكون عدد أوامر الإنتاج أو عدد مرات الفحص ، وذلك لتسهيل عملية تخصيص تكاليف تلك الأنشطة على المنتجات المختلفة .

النوع الثالث : أنشطة ترتبط بالخط الإنتاجى Product-sustaining Activities :

وهذه النوعية من الأنشطة هى التى يتم أداؤها كلما كانت هناك حاجة لتدعيم المجموعات المختلفة من المنتجات ، وبالتالى فهى أنشطة تفيد وحدات منتج واحد . ومن أمثلة هذه النوعية : نشاط تغيير مواصفات منتج معين ، نشاط إعداد اختبارات خاصة لجودة أحد المنتجات . وبالتالى فإن تكلفة تلك النوعية من الأنشطة يتم تحميلها على الإنتاج باستخدام مسببات تكلفة تتوافق مع خصائص المنتج نفسه ، وذلك مثل عدد المكونات التى يحتويها المنتج ، أو عدد أوامر التغيرات الهندسية اللازمة للمنتج .

النوع الرابع : أنشطة ترتبط بعمليات المنشأة ككل Facility-sustaining Activities :

وهى الأنشطة التى يتم أداؤها لدعم عمليات المنشأة بصورة كلية وتتعلق بالإمداد بالخدمات الإنتاجية والإدارية المختلفة ، وهى أنشطة تتسبب فى حدوث تكلفة تتركز على إنتاج منتجات أو أداء خدمات معينة وذلك بشكل منفصل تمامًا عن حجم الإنتاج ، ومن أمثلة هذه النوعية من الأنشطة ما يتعلق بأنشطة الشئون المالية والإدارية والعلاقات العامة والنظافة والأمن .

ويتيح نظام المحاسبة عن التكلفة على أساس الأنشطة إمكانية تحديد وتعريف جميع الأنشطة اللازمة لإنتاج المنتج أو تقديم الخدمة ، وهذا التحديد لا يقطع بأن جميع الأنشطة المؤداة ذات أهمية أو ذات قيمة مضافة . وتختلف تعريفات الأنشطة ذات القيمة المضافة باختلاف طبيعة الوحدات الاقتصادية والمواقف والأحداث التى تتعرض لها ، إلا أنها تتسم بالخصائص التالية (John, 1992) :

- أنشطة تضيف قيمة من وجهة نظر العميل .
- أنشطة تؤدَّى بأقصى درجة من الكفاءة .
- أنشطة تؤدى إلى تحقيق الهدف الأساسى للمنشأة .

وبالتالى فالنشاط الذى يحقق قيمة مضافة هو ذلك النشاط الذى يرغب العميل فى أن يدفع قيمة مقابله ويؤدى بدرجة عالية من الكفاءة ، ويكون ضروريًا لتحقيق أهداف المنشأة . أما النشاط الذى لا يحقق قيمة مضافة فهو ذلك النشاط الذى يمكن استبعاده بدون فقد رضا المستهلك ودون أن يؤثر ذلك على تحقيق أهداف المنشأة . وفى هذا الصدد فإن تبويب الأنشطة حسب القيمة المضافة يتيح فرصة كبيرة لإدارة المنشأة لدراسة تكاليف الأنشطة بالعمق والتحليل المناسب ، ومحاولة إلغاء الأنشطة

ذات التكاليف المرتفعة والتى لا تحقق قيمة مضافة ، وكذلك دراسة إمكانية تحسين أساليب أداء الأنشطة ذات القيمة المضافة الضعيفة .

٣ - المخرجات :

المخرجات تعبر عن وحدات التكلفة التى تستهلك خدمات الأنشطة المختلفة ، وهذه الوحدات تشمل المنتجات والخدمات ، ويتم الربط بين تكاليف الأنشطة والمخرجات المختلفة من خلال استخدام مسببات تكاليف الأنشطة .

٤ - مسببات تكلفة الأنشطة :

مسبب أو محدد التكلفة هو العامل الذى يترتب على وجوده حدوث التكلفة ، ويمثل فى العادة السبب الأساسى لمستوى أو حجم النشاط . وتحليل مسببات التكلفة للأنشطة يتناول تحديد سبب حدوث التكلفة ، ولأغراض قياس تكلفة المنتجات يجب التمييز بين مسببات التكلفة للمرحلة الأولى فى دورة تحميل التكاليف والخاصة بتخصيص الموارد على الأنشطة ، وهى تمثل مسببات لاستخدام الموارد بواسطة مراكز النشاط ومن أمثلتها : عدد أوامر التشغيل ، عدد الفاحصين ، عدد الكيلووات ساعة المستخدمة . أما النوع الثانى وهو مسببات التكلفة للمرحلة الثانية فى دورة تحميل التكاليف ، وهى التى تُستخدم فى تحميل تكلفة الأنشطة على المخرجات ، ويمثل مسبب التكلفة من هذا النوع العامل الأساسى فى تكوين مجمعات التكلفة ، حيث يكون لكل مجمع تكاليف مسبب واحد للتكلفة (الهلباوى ، ١٩٩٥) .

وقد تواجه عملية اختيار مسبب تكلفة لكل نشاط بعض الصعوبات التى قد تتطلب استخدام المقاييس الإحصائية لتحديد أفضل مسبب للتكلفة

يمكن استخدامه للتعبير عن سلوك التكاليف بكل نشاط ، وإذا تم تجميع مجموعة غير متجانسة من الأنشطة فى مجمع تكلفة ، فإن ذلك يؤدى إلى صعوبة استخدام مسبب تكلفة وحيد لها ؛ مما يسبب قصورًا فى تحميل التكاليف غير المباشرة على المنتجات . ويتطلب استخدام مدخل المحاسبة على تكاليف الأنشطة فهمًا وتحديدًا للعوامل أو المتغيرات التى تُنشئ نشاطًا ما ، ومن ثم تسبب حدوث تكاليف ذلك النشاط ، وكذلك تحديد المسببات التى يتم عن طريقها توزيع تكاليف النشاط على المنتجات .

وعلى الرغم من أن زيادة عدد ونوعية مسببات التكاليف قد يؤدى إلى دقة النتائج المرجوة من تطبيق نظام المحاسبة على تكاليف الأنشطة ، إلا أنه من ناحية أخرى قد يؤدى إلى تعقيدات فى التطبيق وارتفاع تكاليفه ؛ نظرًا لتنوع وتعدد البيانات التى يتعين جمعها وتحليلها عن أنشطة المنظمة ؛ لذلك يجب الأخذ فى الحسبان عدة عوامل عند اختيار مسبب التكلفة لكل نشاط ، ومن أهم هذه العوامل :

١ - درجة الدقة المطلوبة فى أرقام التكلفة .
٢ - درجة تعقد وتنوع المنتجات .
٣ - الأهمية النسبية لمجمعات التكلفة .
٤ - مقابلة التكاليف بالعائد من تجميع وتحليل بيانات مسببات التكلفة .

ونظرًا لتعدد الروابط والعلاقات بين الأنشطة والمنتجات ؛ فإنه يمكن استخدام العديد من مسببات التكلفة ، إلا أنه بصفة عامة يمكن تقسيم مسببات التكلفة إلى نوعين أساسين (Cooper, et. al, 1992) :

النوع الأول : مسببات خاصة بالعمليات Transaction Cost Drivers :

وتركز هذه النوعية من المسببات على عدد مرات تأدية النشاط الواحد ،

وهى تستخدم فى حالة إذا ما كانت مجموعة المنتجات تحتاج إلى نفس القدر من النشاط ، وعل سبيل المثال فإن أنشطة جدولة تشغيل الآلات للإنتاج وتشغيل أمر الشراء وصيانة جزء معين من الآلة يمكن أن تؤدى وتستغرق نفس الوقت والجهد بصرف النظر عن طبيعة المنتج النهائى .

النوع الثانى : مسببات خاصة بالفترة الزمنية Duration Cost drivers :

وتهتم هذه المسببات بالفترة الزمنية التى يستغرقها النشاط اللازم لإنتاج منتج معين ، وتستخدم هذه النوعية فى حالة اختلاف حجم النشاط المطلوب تأديته باختلاف نوعية وكمية المنتج النهائى ، ومن أمثلة مسببات التكلفة الخاصة بالفترة الزمنية ساعات العمل المباشر ، ساعات الفحص ، ساعات تهيئة الآلة للتشغيل .

٥ - مجمعات تكلفة النشاط :

ويقصد بمجمع التكلفة مجموعة الأعمال المتجانسة التى تؤدى داخل وحدة النشاط لتحقيق هدف محدد وهى حلقة الوصل بين موارد المنظمة والمنتجات النهائية ؛ حيث إن هذه الأنشطة هى التى تستهلك موارد المنظمة من أجل إنجاز المنتج النهائى من سلع وخدمات . ويتم تجميع عناصر التكاليف غير المباشرة بكل مجمع تكلفة للنشاط حسب الدور الذى يؤديه وبحيث تكون التكاليف بكل مجمع نتيجة أعمال متجانسة ، وأن تتناسب التكاليف تناسبًا طرديًا مع النشاط ، وقد يستدعى ذلك تحليلاً إحصائيًا لتحديد قوة واتجاه العلاقة بين الأعمال داخل كل مجمع وبين تكلفة كل نشاط ، ثم يتم بعد ذلك توزيع تكاليف مجمعات التكلفة على الإنتاج (الخدمات) بحسب الأنشطة التى استخدمت فى إنجازها .

وقد يستدعى الأمر فى بعض الأحيان زيادة أو تقليص عدد مجمعات تكلفة النشاط بحسب التجانس بين مجموعة الأعمال التى تتكون كل منها ؛ مما يوجب ضرورة تقسيم الهيكل التنظيمى إلى مجموعة من الأنشطة يراعى فيها مدى تجانس الأعمال داخل كل نشاط ، وكذلك ارتباط عناصر التكاليف بالأعمال التى تؤدى داخله . فبدلاً من أن نبحث عن نمط سلوك التكاليف لكل وحدة نشاط ونحدد لها مسبب التكلفة الملائم ، فإنه قد يكون اقتصاديًا أن يتم تجميع عدد من الأنشطة المتجانسة فى مجمع تكاليفى واحد يكون له مسبب تكاليفى واحد ، والمشكلة أنه كلما زاد عدد الأنشطة التى يتم تجميعها فى مجمع تكاليفى واحد قلت المقدرة على تحديد مسبب تكاليفى واحد لها (Brimson,1991) .

أهم مشاكل تطبيق مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس النشاط :

بالإضافة إلى الصعوبات المرتبطة بتطبيق مدخل المحاسبة على تكاليف الأنشطة ، من حيث تحديد الأنشطة ومدى تجانس الأعمال المكونة لكل منها ، وكذلك تحديد نوعية وعدد مسببات التكلفة . فإن تطبيق هذا المدخل قد تعترضه بعض المشكلات الأخرى ، والتى من أهمها (Richardson, 2000) :

١ - مشكلة استغلال الطاقة المتاحة :

فقد لا يتم استغلال الطاقة المتاحة بأحد الأنشطة فى ذات الوقت الذى يتعين فيه التصرف فى التكاليف الثابتة غير المستغلة عن فترة النشاط ، ويمكن التصرف فى هذه التكاليف غير المستغلة بعدم تحميلها على المنتجات (سلع أو خدمات) وإدراجها كمصروف أو عبء عام . إلا أن هذه المعالجة تعتبر مجرد تطبيق لنظام التكلفة الكلية المعدلة ؛ مما يعنى الخروج عن

فلسفة مدخل المحاسبة على تكاليف الأنشطة والتى تحمل المنتجات بجميع التكاليف بما فيها التكاليف غير المباشرة . وعلى ذلك فإنه يمكن تخصيص التكاليف المتغيرة للنشاط على أساس الاستخدام الفعلى ، أما التكاليف الثابتة فإنها تخصص على أساس تقديرى طبقًا للطاقة المتاحة لكل قسم أو خط إنتاج بغض النظر عن الاستخدام الفعلى .

وحتى يمكن الوصول إلى معيار عادل لتحميل التكاليف الثابتة فإنه يجب الرجوع إلى الأسباب التى دعت إلى اقتناء هذه الموارد أو الطاقة الثابتة . فإذا كان هذا الاقتناء بسبب قرار من الإدارة عند تجهيز أنشطة المنظمة فإن التكاليف غير المستغلة يمكن اعتبارها ومعالجتها كأعباء عامة لا تحمل على المنتجات . أما إذا كان الاقتناء بسبب طبيعة الأنشطة المجمعة والهدف منها ، ومدى التجانس بينها لتحقيق ذلك الهدف ، فإن تكاليف الطاقة غير المستغلة يمكن تحميلها على كل نشاط بصرف النظر عن النشاط الفعلى دون تحميلها على المنتجات ، وذلك باعتبار أن تجميع الأعمال قد تم فى أنشطة يفترض فيها التجانس وتحقيقها لهدف محدد فى إطار الهدف العام للمنظمة . وبناءً على ذلك فإن التكاليف الثابتة غير المستغلة هى تكاليف أنشطة غير مستغلة لم يستفد منها الإنتاج ، ومن ثم يمكن توزيعها بين النشاط (القسم) والإدارة العامة بحساب نسبة الطاقة المستغلة بالقسم .

٢ - مشكلة ملاءمة بيانات محاسبة تكاليف الأنشطة لخدمة القرارات :

نظرًا لأن المدى الزمنى الذى تغطيه محاسبة تكاليف الأنشطة يمتد ليغطى الأجل الطويل ؛ لذلك فقد يتطلب الأمر أن تكون البيانات التى تعتمد عليها كمدخلات أو تنتجها كمخرجات هى خليط من البيانات التاريخية الفعلية والبيانات التقديرية ، وتواجه الإدارة مشكلة الحصول على

البيانات الملائمة لقراراتها فى ظل مدخل المحاسبة على تكاليف الأنشطة ؛ مما يستدعى اختيار البيانات التى تغطى نوعية ومدى القرار ، سواء من البيانات التقليدية أم من بيانات محاسبة النشاط .

٣ - مشكلة الأنشطة وارتباطها بقيمة المنتج :

يتسم مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس الأنشطة باشتماله على جميع أوجه نشاط المنظمة ، ولكن عند تجميع أعمال متجانسة فى مجمعات النشاط قد يتضح أن هناك نوعية من الأنشطة لا تضيف قيمة للمنتج ، وهذه النوعية يجب حصرها واستبعاد تكاليفها من التحميل على المنتجات واعتبارها أعباء عامة ، مثل تكلفة ووقت الانتظار وتكلفة إعادة التشغيل .

٤ - مشكلة اختيار مسبب التكلفة لكل نشاط :

تظهر هذه المشكلة عند تجميع مجموعة من الأعمال الفرعية - التى قد لا تكون غير متجانسة - مما يستدعى ضرورة استخدام الأساس المناسب ؛ لتوزيع تكاليف الأنشطة المجمعة لهذه الأعمال ، ومن ثم تحميلها على المنتجات ، وإلا تم ذلك بأسلوب تقديرى أو حكمى . وفى هذا الصدد فإنه يمكن استخدام أساليب التحليل الإحصائى عند تطبيق مدخل المحاسبة على أساس النشاط فى مجال تجميع الأعمال أو الأنشطة داخل مجمعات التكاليف ، ويمكن استخدام أساليب الارتباط البسيط أو المتعدد لتحديد درجة الارتباط أو التجانس بين مجموعة الأعمال داخل كل نشاط ، كما يمكن استخدامه أيضًا فى مجال اختيار مسبب التكلفة عن طريق اختيار مسبب التكلفة الذى يكون معامل ارتباطه أكبر بعناصر التكاليف الخاصة بالنشاط .

دور مدخل المحاسبة عن التكلفة على أساس الأنشطة فى قياس تكلفة الخدمات الصحية :

اهتم العديد من البحوث فى معظم دول العالم بالعوامل التى تؤثر على ارتفاع تكلفة الخدمات الصحية ، وقد ركزت معظم تلك البحوث على مدة بقاء المريض بالمستشفى كأحد أهم تلك العوامل التى تؤثر على تكاليف الخدمات الصحية بالمستشفيات . وقد تم تقسيم الدراسات التى تناولت هذا الموضوع إلى عدة مجموعات ، اهتمت المجموعة الأولى منها بالجوانب السكانية مثل : عمر المريض وجنسه وجنسيته وحالته الاجتماعية ، واهتمت المجموعة الثانية بأثر العوامل الإكلينيكية للمرض كالتشخيص ودرجة شدة المرض ، فى حين ركزت المجموعة الثالثة على الصفات المرتبطة بالطبيب المعالج مثل تخصصه وجنسه وجنسيته ، أما المجموعة الرابعة فقد أوضحت مدى تأثير بعض الخصائص المرتبطة بالمستشفى نفسها مثل حجم المستشفى ونوعه ومعدلات الإشغال به . (الأحمدى ١٤١٩هـ) .

ومن الملاحظ أن معظم الدراسات التى تمت فى مجال تكلفة الخدمات الصحية قد قام بها باحثون فى مجالات الطب وأحيانًا بمشاركة باحثين فى مجال الاقتصاد أو الإدارة ، دون مشاركة فعلية من قبل باحثى المحاسبة على الرغم من أن قياس وترشيد التكاليف هى من صميم مجالاتهم البحثية ، وربما يرجع ذلك إلى ما أشارت إليه أدبيات محاسبة التكاليف من صعوبات عديدة تكتنف عملية القياس فى المجال الخدمى عمومًا . بيد أن استخدام المفاهيم الحديثة لمحاسبة التكاليف لأغراض قياس تكاليف القطاعات الخدمية قد بدأ فى الظهور مؤخرًا بعد تأصل استخدام تلك المفاهيم فى القطاعات الصناعية ذات الإنتاج المادى الملموس .

وفيما يلى استعراض لمراحل استخدام مدخل المحاسبة على تكاليف الأنشطة فى مجال قياس تكلفة الخدمات الصحية .

أولاً : تخصيص وتوزيع عناصر التكاليف غير المباشرة :

تبدو عملية تخصيص وتوزيع التكاليف غير المباشرة أكثر تعقيدًا فى مجال الخدمات الصحية ، وذلك لتنوع قرارات استخدام الموارد المتاحة بالمستشفيات ومراكز الرعاية الصحية ، وشيوع تبادل الخدمات بين الأقسام المختلفة فى هذا النشاط . ففى ظل النظام التقليدى لتخصيص وتوزيع التكاليف العامة يتم استخراج معدل تحميل لكل قسم خدمى منسوبًا إلى حجم النشاط بالقسم ، فى حين تتم معالجة تلك المشكلة ، فى ظل مدخل المحاسبة على تكاليف الأنشطة ، عن طريق إيجاد علاقة بين التكاليف والمنتجات النهائية سواء أكانت سلعًا أم خدمات ، وذلك بتوسيط مجموعة من الأنشطة التى تمثل الأقسام الخدمية التى تستهلك موارد المستشفى لتقديم الخدمات الصحية المختلفة ، وبالتالى تعد الأنشطة وسيطًا بين موارد المستشفى والخدمات التى استنفدتها ؛ لذلك فإن تطبيق هذا المدخل فى مجال الخدمات الصحية يستلزم (Holt, 2001) :

- تحديد الأنشطة الخدمية بالمستشفى ، وتجميع الأنشطة المتجانسة فى أوعية مميزة (مجمعات للتكلفة) .
- تخصيص التكاليف غير المباشرة على الأنشطة (مجمعات التكلفة) على اعتبار أن هذه الأنشطة هى التى تستهلك الموارد المتاحة بصفة مباشرة ، وذلك من خلال محركات أو (مسببات) التكلفة المناسبة لكل نشاط .
- استخراج معدل تكلفة لكل مجمع من مجمعات التكاليف ، وذلك على أساس عدد وحدات الخدمة المتاحة فى كل منها خلال الفترة .

ويمكن تصور بعض مجمعات التكاليف ومسبباتها بنشاط الرعاية الصحية كما هو بالجدول التالى :

جدول رقم (١)

أمثلة لبعض مجمعات ومحركات التكاليف بالمستشفيات

مجمعات التكاليف (النشاط)	مسببات(محركات) التكاليف
- التمريض	- عدد المرضى الداخليين
- الصيدلة	- الوصفات الطبية
- المختبرات	- عدد التحاليل
- بنك الدم	- لتر دم
- العناية المركزة	- ساعة عناية
- الأشعة	- عدد الأفلام
- غرف العمليات	- ساعة عمليات
- الاستشفاء والإقامة الداخلية	- عدد الأسرة
- الاستقبال والطوارئ	- عدد الحالات
- العيادة الخارجية	- عدد الزيارات
- وحدة المناظير	- مرات الفحص
- العلاج الكيميائى	- ساعات العلاج
- المغسلة	- عدد/ أوزان القطع المعقمة
- التغذية (المطابخ)	- عدد/ أوزان الوجبات المجهزة
- الصيانة	- عدد طلبات الصيانة العادية/ الطارئة
- الإدارة العامة	- عدد الفواتير والمطالبات لكل حالة
- القوى المحركة	- عدد ساعات التشغيل

ويمكن تحقيق الغرض من استخدام مدخل المحاسبة على تكاليف الأنشطة فى علاج مشكلة توزيع وتخصيص التكاليف غير المباشرة فى المستشفيات ، والذى يرتكز على أساس أن الخدمات الصحية تستهلك أنشطة المستشفى والتى بدورها تستهلك الموارد المتاحة بالمستشفى ؛ مما ينجم عن ذلك استخراج بيانات تكلفة أكثر دقة بما يسهم فى خدمة

القرارات الإدارية . إلا أن هناك مشكلة تتعلق بتبادل الخدمات بين الأقسام الخدمية بالمستشفى ، ويستدعى ذلك قياس مجموعة الخدمات المتبادلة فيما بينها وتضمينها تكاليف الأقسام المتبادلة ، وذلك اعتماداً على محركات التكلفة بكل نشاط . ويمكن الاستفادة من تطبيق مدخل المحاسبة على تكاليف الأنشطة فى الحكم على كفاءة الأقسام ، وذلك بربط تكاليف الخدمات الصحية بالمسئولين عنها ، ولعل ذلك يتناسب مع نشاط المستشفيات والاتجاه الحديث بشأن دمج الأطباء فى الهيكل التنظيمى ومساءلتهم عن استخدام الموارد المتاحة .

ثانياً : اختيار وحدة النشاط للخدمات الصحية :

تتنوع الخدمات الصحية التى تقدمها المستشفيات ، وتختلف باختلاف التجهيزات والأقسام الطبية بكل منها ، ويستدعى الأمر ضرورة تحديد تكلفة تلك الخدمات ، وذلك عن طريق تحميل الأقسام الطبية بجميع تكاليفها المباشرة وغير المباشرة ، واستخراج تكلفة الخدمات بكل قسم ؛ مما يتطلب اختيار وحدة النشاط التى ينسب إليها التكلفة ، كتكلفة سرير فى مدة يوم حسب الدرجة بالأقسام الداخلية وتكلفة الزيارة للمريض بالعيادات الخارجية . ويتطلب ذلك اختيار الأساس المناسب لوحدة النشاط التى تُحمل بعناصر التكاليف وذلك من بين الأسس المقترحة التالية :

١ - أساس تحميل التكاليف حسب كل حالة (مريض) :

ويجب التفرقة بين مرضى الإقامة الداخلية ومرضى العيادات الخارجية ؛ مما يستدعى ضرورة تطبيق نظام للمعلومات يسمح بتتبع حركة المرضى ، وربط التكاليف بالمسئولين عنها . وفى حالة صعوبة تطبيق ذلك ، فإنه

يمكن اتباع أساس التحميل حسب المجموعات التشخيصية المتشابهة ، وذلك كما حدث عند تطبيق نظام الرقابة على المنظمات الصحية بالسويد (Charpntier, Samuelson, 1996) . ويتطلب ذلك تحديدًا دقيقًا لمواصفات حالات المجموعات التشخيصية المتشابهة فى كل تخصص ، وذلك اعتمادًا على دقة التشخيص المطلوبة وشدة الحالات التابعة لكل تشخيص ، ومدى تقارب مستوى عناصر التكاليف لكل منها . كما يجب مراعاة نسب الإشغال بأقسام الإقامة الداخلية ، وتحميل أنشطتها بالتكاليف العامة بحسب درجاتها وتخصصاتها ، أو بحسب الأوزان النسبية لكل منها ومراعاة نسبة التردد (الزيارات) الفعلية على مجموعة التخصصات فى حالة العيادات الخارجية .

٢ - أساس تحميل التكاليف حسب كل تعاقد :

وذلك فى حالة تقديم المستشفى للخدمات الصحية الجماعية ، والتى قد يشملها نظام التأمين الصحى الشامل ، ويتطلب ذلك ضرورة تحديد بنود الخدمات الصحية المتعاقد عليها لمجموعة الحالات التى سوف يشملها التعاقد ، ومن ثم عدد الأفراد المؤمن عليهم المتوقع حصولهم على الخدمات الصحية المتاحة بالمستشفى . ويجب مراعاة توزيع التكاليف العامة بالتناسب بين عدد الأفراد المؤمن عليهم وبين عدد المرضى من غير المتعاقدين .

٣ - أساس تحميل التكاليف حسب متخذ القرار بالمستشفى :

ففى حالة دمج الهيئتين الطبية والإدارية فى مواقع اتخاذ القرار بالهيكل التنظيمى بالمستشفى ، فإن ذلك يعنى أن المسئول الطبى أو الإدارى يعتبر

مركز مسئولية يجب أن تتوافر لديه الموارد اللازمة ؛ لاستخدامها فى إنجاز مجموعة النشاط المسئول عنها بالمستشفى . ويستدعى ذلك ضرورة التوصيف الدقيق لوظائف المسئولين بكلتا الهيئتين ومجال الخدمات لكل منهما فى إطار تخصصه ، وخطوط السلطة والمسئولية والاتصالات . وبناءً على ذلك يمكن استخراج تكلفة خدمة الموارد المتاحة للأطباء المسئولين بالأقسام الطبية ، مع تقسيم وحدات الخدمة المتاحة حسب درجات المهارة للحالات المختلفة . ويجب مراعاة نسب الإشغال الفعلية بالمستشفى ، وربط عناصر التكاليف الثابتة بعدد الأسِرّة المتاحة بالأقسام الداخلية ، أو ساعات الكشف المتاحة بالعيادات الخارجية . فى حين يجب مراعاة ربط عناصر التكاليف المتغيرة بعدد المرضى أو المترددين المستفيدين على أقسام المستشفى .

تحديد أسعار الخدمات الصحية :

يعتبر تحديد أسعار الخدمات الصحية بناءً على أسس علمية وموضوعية عاملاً مهمًا من عوامل الاستقرار والاطمئنان للجهات التى تقدم تلك الخدمات والمستفيدين منها وخصوصًا فى المستشفيات الخاصة . ولا يعتبر التسعير أسلوبًا لتغطية النفقات وتحقيق هامش للربح فحسب ، وإنما يعتبر فى ذات الوقت إستراتيجية تسويقية مهمة تجتذب المستفيدين الذين يسددون مقابل تلك الخدمات بصورة مباشرة أو الطرف الثالث الذى يمثل المستفيدين (أصحاب الأعمال وشركات التأمين) .

وينشأ عن التسعير بوصفه إحدى أدوات التسويق فى مجال الخدمات الصحية العديد من المشكلات منها ما يتعلق بتحديد مفهوم السعر ، ومنها

ما يتعلق بأسلوب تحديد قيمته ، ومنها ما يتعلق بالمستفيد أو الخدمة المقدمة . ويتدخل العديد من العوامل التى تؤثر فى عملية تسعير الخدمات الصحية ، مثل العلاقة بين السعر والعرض والطلب ، ودرجة وعى المستفيد ، وحساسية المستهلك تجاه السعر ، هذا بالإضافة إلى طريقة سداد قيمة الخدمة ، ومعدل العائد المتوقع تحقيقه على الاستثمار فى الخدمات الصحية وغيرها .

وللتغلب على المشكلات المتعلقة بتسعير الخدمات الصحية ، فإنه يجب أن يتم التسعير بناء على منهج محدد يرتكز على مجموعة من العناصر على النحو التالى (Banker, Haghes, 1998) :

١ - تحديد الهدف أو الأهداف من عملية التسعير ، والتى قد تكون استرداد التكلفة أو تعظيم العائد على الاستثمارات أو استغلال الطاقات المتاحة أو أى هدف آخر .

٢ - تحديد إستراتيجية التسعير والأساس الذى سوف يرتكز عليه ، وهل سيكون قوى العرض والطلب أو المنافسة أم التكلفة أو غيرها من الأسس ؟

٣ - تحديد أسلوب سداد المستحقات ، وهل سيكون أسلوب السداد المباشر لكل خدمة على حده أم لمجموعة من الخدمات (تعاقد جماعى) ، أم من خلال طرف ثالث ينوب عن المستفيد فى السداد (شركات التأمين) ؟

تسعير الخدمات الصحية على أساس التكلفة :

تتعدد أساليب تسعير الخدمات الصحية ، حيث يتم التسعير على أساس التكلفة ، أو التسعير على أساس الطلب ، أو التسعير اعتمادًا على وجود

منافسة ، ولكل أسلوب من هذه الأساليب مزاياه وعيوبه . إلا أن التسعير على أساس التكلفة يعتبر أكثر هذه الأساليب قبولاً لأسباب عديدة منها :

١ - تقليل عوامل عدم التأكد فى حالة التسعير على أساس التكلفة عنها فى حالة التسعير على أساس الطلب الذى يتطلب تكرار المراجعة للسعر كلما تغير مستوى الطلب .

٢ - أن التسعير على أساس التكلفة سوف ينتج عنه أسعار واحدة أو متقاربة لكل خدمة ؛ مما يقلل من المنافسة السعرية التى قد تحدث ارتباكا للمستفيدين من الخدمة وجميع الأطراف الأخرى .

٣ - أن التسعير على أساس التكلفة يؤدى إلى تحقيق نوع من العدالة الاجتماعية ، حتى لا يستغل مقدمو الخدمة حاجة المستفيدين عندما تزداد حدة الطلب عليها ، كما أنه يؤدى إلى تحقيق عائد ملائم لمقدمى الخدمة على استثماراتهم .

ونظرًا للمزايا السابقة التى يتمتع بها أسلوب التسعير على أساس التكلفة ؛ فقد لقى قبولاً من قبل العديد من مؤسسات الخدمات الصحية بالدول المتقدمة ، ولعل ذلك ما يؤيد تطبيق هذا الأسلوب بالمملكة المتحدة لدى قيام السوق الداخلية للخدمات الصحية بأن يتم تسعير العقود بصفة عامة ؛ اعتمادًا على التكلفة ، مع احتساب جميع عناصر التكلفة وفيها التناقص الرأسمالى تبعًا للقيمة الجارية بالإضافة إلى نسبة (٦٪) كفائدة على الأصول الرأسمالية (Marrin, 2000) . وكذلك كما حدث عند تحديد تكلفة الخدمات الصحية التى يتم تقديمها بولاية واشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية ، عن طريق لجنة المستشفيات على مستوى الولاية وذلك كأساس لوضع موازنات المستشفيات . كما تم تصنيف المستشفيات ومجالس الرعاية الصحية بالسويد بأنها مراكز ربحية ، ويتم تجميع أقسام الرعاية الداخلية

بالمستشفيات على أساس المجموعات المتقاربة فى التشخيص ، على أن يتم تسعير خدمات كل مجموعة بحيث تغطى كل التكاليف بما فيها مقابل أتعاب الأطباء ، كما تم حساب أسعار الخدمات الأخرى بأسلوب مماثل ، حيث تم الاستعاضة عن أسعار السوق للخدمات الصحية المقدمة من المستشفيات ، عن طريق فرض سعر عام كحد أقصى (سعر سقفى) يتم تحديده مركزيًا بمعرفة مجلس الخدمات الطبية بمقاطعة استوكهولم . (Charpntier,et.al. 1996)

ويختلف أساس التسعير باختلاف المدى الزمنى المرتبط به ، فالتسعير فى الأجل الطويل يرتبط بعدة عوامل تستهدف تغطية جميع عناصر التكاليف الجارية والرأسمالية ، وذلك تطبيقًا لسياسة التغطية الشاملة للتكاليف . فى حين أن التسعير فى الأجل القصير يرتبط بعوامل أخرى كالمنافسة والعقود المبرمة والتقادم التقنى للأصول الرأسمالية . وفى هذا الصدد يمكن التمييز بين أسلوبى التحميل الكلى والجزئى عند استخدام التكاليف فى تسعير الخدمات الصحية ، حيث يتوافق أسلوب التحميل الكلى مع ظروف التسعير فى الآجل الطويل ، فى حين يتناسب أسلوب التحميل الجزئى مع ظروف التسعير فى الأجل القصير .

ولقد تم استخدام أسلوب التحميل الكلى للتكاليف فى تسعير الخدمات الصحية ، وذلك فى العديد من الدول المتقدمة كالمملكة المتحدة والسويد والولايات المتحدة الأمريكية ، فى إطار برنامج تغطية تكاليف الخدمات الصحية Cost Recovery Hospital Programs (CRHP) . ويعتبر هذا الأسلوب بمثابة تقليد لسوق داخلية لعمل المستشفيات يضاهى أسلوب التسعير فيما لو كانت هناك سوق للخدمات الصحية تقدم خدماتها لقاعدة عريضة من المستفيدين ، وذلك بالرغم مما أثير من شكوك حول عدم الاستغلال الأمثل

للموارد نتيجة استخدام أساس التكلفة الكلية فى التسعير ، وما يصاحب ذلك من ارتفاع للأسعار (Woutrs, 1996) . ويستلزم التسعير على أساس التكاليف الكلية ضرورة التفرقة بين عناصر التكاليف المباشرة وغير المباشرة للخدمات الصحية وبما يخدم مجالى التخطيط والرقابة للموارد المتاحة . أما التسعير على أساس التحميل الجزئى فقد يتم باستخدام التحميل بالتكاليف المتغيرة أو التكاليف المستغلة ، ويستدعى ذلك تحليل عناصر التكاليف المتغيرة والثابتة ونسب استغلال الطاقة ، وبما يسهم فى بيان العناصر المتغيرة أو المستغلة التى يتعين تغطيتها فى الآجل القصير ، وتلك العناصر الثابتة أو غير المستغلة التى تمثل عبئًا على الدخل خلال الفترات المالية .

وقد يكون السعر المرتكز على أساس التحميل الجزئى للتكاليف أقل منه فى حالة أساس التحميل الكلى ، إلا أن ذلك قد تحكمه متغيرات أخرى كالمنافسة ، والظروف الاجتماعية والاقتصادية السائدة ، وسياسات الدولة فى مجال الخدمات الصحية ، والظروف الخاصة بكل مؤسسة صحية ومستوى الخدمة التى تقدمها . وبالتالى فإن اختيار أسلوب محدد للتسعير من شأنه التأثير على اختيار وحدة قياس الخدمات المقدمة ، فقد يكون التسعير على أساس كل حالة (مريض/ متردد) وعلى حسب درجات الإقامة والمهارة بالأقسام الداخلية أو بحسب التخصصات بالعيادات الخارجية ، وقد يكون حسب مجموعة بنود كل تعاقد على حدة ، وقد يكون حسب متخذ القرار بأقسام المستشفى ، وذلك وفقًا لاختيار وحدة الخدمات الصحية كأساس للتحميل .

مشكلات تسعير الخدمات الصحية على أساس التكلفة :

تواجه عملية تسعير الخدمات الصحية على أساس التكاليف بعض المشكلات منها :

١ - التحميل الإضافى لعناصر التكاليف :

تنشأ هذه المشكلة عند اتباع أى من أساس التحميل الكلى أو الجزئى ، ففى حال التحميل الكلى يتم تحميل الخدمات الصحية ببعض عناصر التكاليف غير المباشرة . على سبيل المثال فإن تسعير عملية جراحية يستدعى قياس تكاليفها المباشرة منذ دخول المريض وفحصه وعلاجه حتى يتم خروجه من المستشفى ، بالإضافة إلى تحميلها بجزء من التكاليف غير المباشرة خلال فترة إجراء العملية ؛ لذلك يوجب الأمر توفير تقديرات لعناصر التكاليف غير المباشرة بالأقسام المختلفة ، وذلك حتى يمكن علاج مشكلة التحميل الإضافى لتلك العناصر .

أما فى حالة التحميل الجزئى فإن الأمر يستدعى ضرورة التمييز بين عناصر التكاليف الثابتة والمتغيرة ، ويتم تحميل الخدمات الصحية بالعناصر المتغيرة أو بالعناصر المتغيرة بالإضافة إلى نصيبها من التكاليف الثابتة على حسب الطاقة المستغلة ؛ مما يستلزم ضرورة توفير الأساس المناسب لتوزيع تلك التكاليف الثابتة على حسب وحدة النشاط المستفيدة مثل عدد الحالات المستفيدة من الأقسام المختلفة أو زمن الخدمات المقدمة أو عدد الأسرة ، ويسهم مدخل المحاسبة على تكاليف الأنشطة فى دعم الإدارة بالبيانات الدقيقة عن تكلفة النشاط بالأقسام الخدمية ؛ مما يوفر الأساس المنطقى والعادل لتسعير الخدمات الصحية المقدمة .

٢ - تحميل الخدمات الصحية بأعباء الطاقة غير المستغلة :

تمثل الأصول الثابتة نسبة كبير من أصول المستشفيات كمًا وقيمةً ، وتشتمل على العديد من الأنواع منها أجهزة الكشف الطبى والفحص والعلاج وغرف العمليات والإقامة والمطابخ والمغاسل والمعامل والأشعة والصيدلة والمخازن والمبانى والنقل . ويقع على عاتق إدارة المستشفى مسئولية تشغيل وصيانة هذه الأصول واستغلالها الاستغلال الأمثل ، وذلك من أجل تقديم الخدمات الصحية للمستفيدين بتكلفة معقولة ، وفى نفس الوقت تحقيق عائد ملائم على الأصول المستثمرة . وتتعرض بعض أجهزة المستشفيات للتقادم الفنى السريع ، والبعض الآخر منها يتم استخدامه على فترات متباعدة لعدد محدود من الحالات الخاصة غير المتكررة .

وبالتالى فإن عدم الاستغلال الأمثل لطاقة الأصول المتاحة بالمستشفى من شأنه التأثير على تكاليف الخدمات الصحية ومن ثم أسعارها ، ويتوقف ذلك على أساس تحميل التكاليف وطريق استهلاك تلك الأصول . ولتلافى مشكلة عدم استغلال طاقة الأصول الثابتة بالمستشفى ، ومواجهة مشكلة التقادم الفنى لها ، يتم احتساب استهلاك سريع أو معجل للأصول الثابتة التى تتقادم سريعًا ، أو تستخدم استخدامًا محدودًا ، أو يتم احتساب فائدة ضمنية كتكلفة على رأس المال المستثمر فى هذه النوعية من الأصول ، بالإضافة إلى الاستهلاك السنوى لتكلفتها الدفترية . ويعتبر الهدف من تلك المعالجة هو الإسهام فى تحديد أسعار الخدمات الصحية وتحقيق هدف تمويلى من وراء ذلك ، كما أن الرغبة فى تحقيق منافسة حقيقية بين المستشفيات العامة والمستشفيات الخاصة هى أحد الأسباب التى دعت إلى ضرورة احتساب استهلاك إضافى لبعض الأصول الثابتة بالمستشفيات ؛ لذلك فقد أصبح هناك اتجاه متزايد لاتباع التحميل الرأسمالى (Heald & Scoot 1996) .

٣ - تفاوت أسعار الخدمات الصحية لمرضى الأقسام الداخلية :

تواجه إدارة المستشفى مشكلة تسعير الخدمات الصحية المقدمة للمرضى الداخليين ؛ وذلك نظرًا لتعدد مستويات الإقامة بالمستشفى - على الرغم من ثبات نوعية الخدمات الصحية المقدمة - حيث تتدرج مستويات الإقامة من الدرجة الممتازة إلى الدرجة العادية . ويصعب على إدارة المستشفى تقديم جميع الخدمات الصحية لمرضى الأقسام الداخلية بأسعار متماثلة ؛ لذلك فقد تلجأ الإدارة إلى تعويض الفروق بين تكاليف الخدمات المقدمة وأسعارها عند المستويات الدنيا عن طريق إضافتها إلى أسعار الخدمات التى تقدم للمستويات العليا ، وذلك على أساس قدرة المستفيدين فى تلك المستويات على دفع مقابل الخدمات . ولكى يتم ربط الخدمات الصحية بمستوى إقامة المرضى الداخليين ؛ يتطلب الأمر العدالة فى تحميل تكلفة الخدمات الصحية المقدمة لجميع المستويات ، وذلك من خلال التقسيم السليم للأقسام العلاجية ومستويات الإقامة بالمستشفى ، وبما يساعد على قياس تكاليف أوجه نشاطها ، واختيار الأساس المناسب لتوزيع التكاليف الزائدة فى أقسام الإقامة الدنيا عن المستويات العليا ، وإن كان يرتبط بعدة عوامل ، كنسب استغلال طاقة هذه المستويات ، ونسب التحميل التى تتم إضافتها لمجموعة الخدمات المقدمة للمستويات العليا ، والتى تستدعى الربط بين التكاليف الزائدة بالمستويات الدنيا وتكاليف الخدمات المقدمة للمستويات العليا عن طريق استخدام التحليل الإحصائى بما يسهم فى تحديد نسبة التكاليف الزائدة التى تضاف إلى تكاليف الخدمات المقدمة للمستويات العليا .

وفى هذا الصدد فإنه يمكن ربط تكاليف خدمات مستويات الإقامة الدنيا بأسعارها المحددة ، واستخراج التكاليف الزائدة من خلال مقارنة

نسب تكاليف الخدمات الفعلية إلى الأسعار بنسب معيارية أو متوسط نسب فعلية ، ومن ثم إعادة توزيع التكاليف الزائدة على أقسام الإقامة العليا حسب أسس معينة مثل الأوزان النسبية أو الطاقة المستغلة بكل منها . وبالتالى فإن المريض الذى يجرى عملية جراحية فى مستوى إقامة أعلى بالمستشفى سوف يتحمل أعباء إضافية (بخلاف تكاليف الإقامة) عن مثيله فى مستوى إقامة أدنى الذى يجرى نفس العملية وبنفس الأجهزة والهيئة الطبية والتمريضية ، وذلك مقابل حصوله على إقامة وخدمات متميزة أثناء فترة علاجه وبما يسمح بتعويض الفروق فى الخدمات الصحية المقدمة للمستويات الدنيا بأسعار مناسبة .

وفى إطار علاج مشكلة أسعار الخدمات المقدمة لمرضى الإقامة الداخلية فإنه يمكن استخدام أسلوب التكاليف المستهدفة ، حيث يتم تحديد السعر وفقًا لهذا الأسلوب من خلال دراسة عوامل السوق الخارجية ، والتى يتم عن طريقها دراسة خصائص الخدمة المطلوبة بسعر محدد . ويتم تحديد السعر المستهدف عند المستوى الذى يسمح بتحقيق النصيب السوقى وحجم الطلب المرتقب . ومن ثم فإنه يتم تحديد السعر المستهدف وذلك عند مستوى طلب محدد ، وعليه فيتم تخطيط التكاليف لتحقيق هذا السعر ، ويتسم أسلوب التكلفة المستهدفة بالتغلب على مشكلة تقدير الطلب المبدئى لتحديد السعر .

دورة المستفيد كأساس لتسعير الخدمات الصحية على أساس التكلفة :

فى إطار دعم وتكامل نظام المحاسبة عن تكاليف أوجه النشاط بالمستشفيات ، فإنه يجب التركيز على تتبع مراحل حركة المرضى المستفيدين من الخدمات الصحية منذ بدء نقطة التعامل مع المستشفى

وحتى نهايتها ، والتى يمثل كل منها عنصرًا من عناصر تكلفة الخدمات الصحية التى تبنى على أساسها سياسة تسعير تلك الخدمات . وبالتالى فإن الأمر يستدعى تصميم بطاقات لتتبع حركة المرضى سواء بالعيادات الخارجية أم بالأقسام الداخلية ، بحيث تتضمن بيانات عامة عن كل حالة وتوصيف لمجموعة الخدمات والموارد التى تم استهلاكها فى كل حالة ، وذلك فى شكل كميات (وحدات/ زمن) على أن يتم اعتمادها من الطبيب المسئول ، ويتم تجميع البطاقات بحسب المرضى والأقسام الطبية ، وتترجم كميات الموارد المستنفذة بكل بطاقة إلى قيم نقدية . ثم يضاف إلى كل حالة نصيبها من التكاليف غير المباشرة والتى يتم تحديدها وفقًا لمدخل المحاسبة على تكاليف الأنشطة . ويعتبر من أهم مميزات استخدام بطاقات تكلفة الخدمات الصحية تتبع وتحديد تكلفة كل حالة بأقسام المستشفى ،وذلك من خلال التصميم الجيد للدورة المستندية لعناصر التكاليف ، والرقابة على العناصر والموارد المستنفذة لكل حالة ؛ وذلك لمساعدة الإدارة فى التحقق عن مسئولية استنفاذ الموارد بالمستشفى ، وكذلك مساعدة المرضى المستفيدين من الخدمات فى التعرف على مضمون تلك الخدمات المباشرة والإضافات التى تم تحميلها ، وبما يحقق الإفصاح والمصداقية فى المعاملات بين الإدارة والأطراف الأخرى الداخلية والخارجية .

ويتم تصميم بطاقة التكلفة للخدمات الصحية بالاعتماد على المستندات الدالة على الخدمات والموارد المستنفذة فى مختلف الأقسام ، مضافًا إليها التكاليف غير المباشرة التى تخص الحالة المستفيدة ، وإن كان ذلك لا يعنى التحديد النهائى لتكلفة المريض ، حيث تجرى مجموعة من التسويات فى نهاية كل فترة ، وذلك بعد حصر وقياس التكاليف غير المباشرة الفعلية وإظهار أثرها بقائمتى التكاليف والدخل . وفى إطار نظام محاسبة

التكاليف بالمستشفى فإنه يجب إجراء عمليات مطابقة بين بيانات تكاليف الموارد المستنفذة ، خلال الفترة والمستخرجة من السجلات المحاسبية ، وبين البيانات المماثلة الواردة فى بطاقات التكلفة ، وذلك بعد ربط هذه البطاقات بالدورة المستندية .

إن عملية تحديد تكلفة الخدمات الصحية على أساس مدخل المحاسبة على تكاليف الأنشطة بالمستشفيات العامة ، سوف يساعد فى توفير أساس موضوعى دقيق للحكم على كفاءة أداء تلك الخدمات والتى تطلب أداء الخدمة بمستوى مناسب من الجودة وأقل تكلفة ممكنة . وبالتالى فإن دالة الهدف المطلوب تعظيمها هى تقديم الخدمات الصحية بأعلى مستوى من الجودة وأقل تكلفة ممكنة . وتحتم تلك العلاقة بين مستوى الجودة والتكلفة إعطاء عناية خاصة لكل من مستوى الجودة للخدمات الصحية المقدمة بهدف تحسينها والارتقاء بها بصفة مستمرة ، وهذا يكون مجالاً للأبحاث والدراسات الطبية ، كذلك بالنسبة لتكلفة الخدمات الصحية المقدمة ؛ بهدف ترشيدها ورقابتها واستخدام الأساليب الحديثة لمحاسبة التكاليف لتحديدها على أسس موضوعية دقيقة . وهذا يخلق مجالاً للمنافسة لتحسين الخدمات المقدمة للمرضى ؛ وذلك من أجل دعم الموارد المتاحة والحفاظ عليها ، ومن ثم توفير إطار موضوعى لتقييم أداء المسئولين عن إدارة تلك المستشفيات . أما فى مجال المستشفيات الخاصة ، فبالإضافة إلى ما سبق فإن أسلوب التسعير على أساس التكلفة سوف يسهم فى مساعدة الإدارة على عدم إغفال قياس بعض العناصر أو الموارد المستخدمة فى أداء الخدمات الصحية ، كما يسهم فى عدم المبالغة فى تحديد أسعار الخدمات الصحية . ولعل من مظاهر الاهتمام بتطوير نظم المحاسبة على تكلفة الخدمات الصحية بالمستشفيات إعادة هيكلة النظم الحالية بما

يسمح بتتبع دورة عناصر التكاليف بالمستشفى ، وذلك فى إطار الاتجاه نحو تطبيق نظم إدارة الجودة الشاملة بالمستشفيات وبما يؤدى إلى قياس متكامل لتكاليف الخدمات الصحية .

الخلاصة والنتائج :

فى إطار الجهود المبذولة لتلبية الحاجات المتزايدة من الخدمات الصحية من قبل مختلف الدول ، وبالرغم من أن زيادة الطلب على الخدمات الصحية وارتفاع تكلفتها هى مشكلة عامة ذات قاسم مشترك بين معظم دول العالم النامى والمتقدم - فإن دول العالم المتقدم سرعان ما أخضعت تلك المشكلة من كافة جوانبها للدراسة والتحليل العلمى بهدف الوصول إلى أنسب السبل لاحتواء تكلفة الخدمات الصحية . إلا أن هذه المشكلة - فى حدود إطلاع الباحث - لم تلقَ نفس الاهتمام من قبل الدول النامية وخصوصًا فى مجال المحاسبة .

ومن ثم فقد استهدف هذا البحث بشكل عام تقديم إطار لبيان كيفية قياس تكاليف الخدمات الصحية بناء على أسس موضوعية دقيقة وبشكل يتيح إمكانية استخدام هذا الإطار فى مجال ترشيد ورقابة تكلفة تلك الخدمات الصحية ، وبالتالى تحديد أسعارها اعتمادًا على بيانات التكلفة التى يتم قياسها على أسس علمية . ولتحقيق هذا الهدف فقد استعرض البحث أهم الدراسات التكاليفية التى تمت فى دول العالم المتقدم ، سواء تلك الدراسات التى تناولت المشكلة من خلال التطبيق على وظيفة أو نشاط معين باعتباره أحد المسببات الرئيسة لارتفاع تكلفة الخدمات الصحية بالمستشفى ، أو تلك الدراسات التى تناولت المشكلة من منظور شامل على مستوى أنشطة المستشفى ككل .

ولقد بُذِلَ العديد من المحاولات ؛ لتحسين الخدمات الصحية المقدمة خصوصًا من جانب الدول المتقدمة ، حيث شمل ذلك محاولات تسعير الخدمات الصحية المقدمة وذلك عن طريق الاستفادة من بيانات التكاليف بالمستشفيات وتطوير نظام لمحاسبة التكاليف ، وبما يؤدى إلى الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة والحفاظ عليها . وفى إطار التنظيم الإدارى للمستشفيات فإنه يجب مشاركة الأطباء بصورة فعالة فى إدارة موارد المستشفى من أجل تحمل مسئولية قراراتهم بشأن استخدام الموارد المتاحة بالمستشفيات ، وتأثير ذلك على إمكانية تصنيف عناصر التكاليف بالمستشفى حسب المسئولية عنها ، وبما يسهم فى إعداد تقارير تكاليف يتم اتخاذها كأساس لتحديد أسعار الخدمات الصحية .

ونتيجة تميز أنشطة الخدمات الصحية بسمات خاصة عن أوجه النشاط الأخرى ؛ فلقد ظهرت العديد من المشكلات المرتبطة بقياس وتحليل عناصر التكاليف الخاصة بها مثل اختيار الأسلوب الملائم لتحليل عناصر التكاليف كالتحليل النوعى أو الوظيفى أو بحسب علاقة التكاليف بحجم الخدمات المقدمة ، وما يرتبط بذلك من مشاكل تخصيص وتوزيع التكاليف غير المباشرة . ولقد أوضحت الدراسة إمكانية التغلب على المشكلات المرتبطة باستخدام الطرق التقليدية لتخصيص وتوزيع التكاليف غير المباشرة ، وذلك باستخدام مدخل المحاسبة على تكاليف الأنشطة فى استخراج معدلات تكلفة لكل نشاط على حسب محركات التكلفة المناسبة لكل منها ، ويتطلب العمل بهذا المدخل تقسيم أنشطة الخدمات الصحية إلى مجموعة متجانسة من الأنشطة ، واختيار محركات التكاليف المناسبة لكل منها ، مع مراعاة نسب تبادل الخدمات بين الأنشطة المختلفة .

كما أوضحت الدراسة إمكانية التغلب على مشكلة التحميل الرأسمالى ، وذلك عن طريق قياس وتحميل تكلفة الأصول الثابتة بالمستشفيات ضمن تكاليف الخدمات الصحية ، واختيار طريقة الاستهلاك التى تتناسب مع عامل التقادم لبعض الأجهزة بالمستشفيات ، وكذلك نسب استغلال الطاقة المتاحة بها . أما فيما يتعلق بمشكلة اختيار وحدة النشاط المستخدمة لتحميل عناصر التكاليف فيمكن تحميل عناصر التكاليف حسب كل حالة مع التفرقة بين مرضى الإقامة الداخليين ومرضى العيادات الخارجية ، ويمكن تصميم بطاقة تكلفة لكل مريض يتم استيفاؤها بمعرفة الأطباء المسئولين عن العلاج ، وتتم مطابقة البيانات الواردة بالبطاقات مع البيانات الواردة بالمستندات عن نشاط الأقسام المختلفة . وفى حالة تقديم الخدمات الصحية بنظام التعاقد الجماعى ، يمكن تحميل التكاليف حسب كل تعاقد مع ضرورة تحديد تكلفة كل حالة من الحالات التى يشملها كل تعاقد جماعى على حدة .

وفى إطار تسعير الخدمات الصحية أوضحت الدراسة أن التسعير على أساس بيانات التكاليف يفيد كلاً من إدارة المستشفى والمتعاملين معها وبما يسهم فى زيادة الوعى التكاليفى ، والذى ينعكس أثره على الاستخدام والتشغيل الاقتصادى للموارد المتاحة والمستخدمة بالمستشفيات بما يحقق الأهداف المرغوبة منها . كما أوضحت الدراسة إمكانية استخدام أسلوب التكلفة المستهدفة فى مجال تسعير بعض الخدمات الصحية ، وذلك بدراسة العوامل السوقية المؤثرة على أسعار الخدمات المقدمة ، وطبقًا لذلك يتم تقدير سعر الخدمة المرغوبة وصولاً إلى تقدير تكاليف تقديمها ؛ مما يمثل ترشيدًا لتكاليف الخدمات الصحية والاستغلال الأمثل للموارد المتاحة ، وذلك فى إطار اتجاه العديد من المستشفيات لتطبيق نظام إدارة

الجودة الشاملة فى أوجه نشاطها ، ويستدعى ذلك التخطيط والتدريب والمتابعة المستمرة للعاملين والمسئولين بالمستشفيات على تطبيق النظم المقترحة . ووفقًا لدراسة وتحليل عناصر التكاليف والعوامل السوقية المؤثرة فى أسعار تلك الخدمات ،فإنه يمكن تحديد أسعار الخدمات الصحية بدرجة عالية من الدقة والموضوعية ؛ استنادًا إلى الأساليب الحديثة لمحاسبة التكاليف ، على أن يتم مراجعة تلك الأسعار من قبل المسئولين بصورة دورية ، وذلك بما يسهم فى رقابة وترشيد عناصر التكاليف واستغلال الطاقات والموارد المتاحة .

المراجع

أولاً - المراجع العربية :

- الأحمدى ، طلال بن عايد (١٤١٩هـ) . «العوامل المحددة لمدة بقاء المريض فى المستشفيات الحكومية بمدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية» ، **الإدارة العامة** ، الرياض : معهد الإدارة العامة ، المجلد ٣٨ العدد ٣ : ٦٣١-٦٦٤ .

- الفالح ، فالح بن زيد (١٩٩٩م) . «تمويل الأنظمة الصحية - أضواء على تجارب بعض الدول» ، **مجلة الأموال** ، الرياض ، ١٢ : ٢٠-٢٥ .

- الهلباوى ، سعيد محمود (١٩٩٥م) . «قضية التعامل مع تجنب تخصيص التكاليف لأغراض قياس تكلفة المنتجات - مدخل تحليل الأنشطة - نموذج وصفى» ، **المجلة العلمية للتجارة والتمويل** : كلية التجارة - جامعة طنطا ، ٢ : ١-٤٧ .

- عيسى ، حسين محمد (١٩٩٧م) . «دراسة تحليلية لمشاكل تطبيق نظام محاسبة التكاليف على أساس الأنشطة» ، **المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة** : كلية التجارة - جامعة عين شمس ، ٣ : ١٢٣ - ٢١٢ .

- محمد ، نصر عبد الكريم ، الكخن ، رشيد فائق (١٤١٧هـ) . «مستلزمات تطبيق نظام التكاليف المبنية على الأنشطة ABC فى بعض الشركات الصناعية الفلسطينية : دراسة نظرية وميدانية» ، **الإدارة العامة** ، الرياض : معهد الإدارة العامة ، المجلد ٣٦ العدد ٤ : ٦١٥- ٦٥٦ .

- **ندوة اقتصاديات الصحة** ، المنعقدة بالرياض فى ٢١-٢٢ من محرم ١٤٢٢هـ الموافق ١٤-١٥ من أبريل ٢٠٠١م .

- يوسف ، أحمد محمد (١٩٩٨م) . «القياس المحاسبى لمدخل تحليل الأنشطة فى إعداد الموازنة كأداة للرقابة على التكاليف (محاكاة تجريبية)» ، **المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة** : كلية التجارة - جامعة عين شمس ، ٢ : ١١١-١٦٣ .

ثانيًا - المراجع الأجنبية :

-Aberebthy,M.A.(1996). "Physicians and Resource Management: The Rode of Accounting and Non-Accounting Controls". **Financial Accounting & Management,** 12 (2) May : 41-155.

- Banker, R. D. & J.S. Hughes. (1998) **Activity Based Costing and Activity Based Management for Health Care,** Gaithersburg, MD: Aspen Publishers.

- Birbaum, L., Marvin.(1998). "Cost Containment in Critical Care". **Critical Medicine,** Vol. 14, No 12 : 1068- 1078.

- Brimson, James A.(1991) **Activity Accounting: An Activity-Based Costing Approach,** New York, John Wiley & Sons Ins.

- Charpntier,C. & L. Samuelson.(1996) . "Effects of New Control Systems in Swedish Health Care Organizations" **Financial Accountability & Management,** May : 157-170.

- Cooper, Robin (1990) "Cost Classification in unit-Based and Activity-Based Manufacturing Cost systems " . **Journal of Cost Management,** Fall : 4-8.

-Cooper, R. & R. S. Kaplan (1992) " Activity Based Costing: Measuring the Costs of Resource Usage". **Accounting Horizons,** 6 (3) :1-13.

– Damitio W. James Hayes W. Gary & Kintzele L. Philip (2000). "Integrating ABC and ABM at DOW Chemical". **Management Accounting,** Winter. www.imanet.org

- Eiochhorn, S. (1998). "Containing Hospital Costs and Ensuring the Quality of Hospital Services". **Cost Containment,** Selected Papers by IHF, London, October : 12-13.

- Hardwich, F. David, et. al. (1988). "Laboratory Cost and utilization: A Framework for Analysis and Policy Design". **Medical Education,** Vol., 56,

April : 307- 315.

- Heald D. and David A. Scott (1996). "Assessing Capital Charging Health Service". **Financial Accountability & Management,** August : 225-224.

- Holt, Timothy (2001). "Developing an Activity-Based Management System for The Army Medical Department". **Journal of Health Care Finance,** Gaithersburg: spring : 41-46, http://proquest.umi.com

- Jaskow, L., Paul. (1999). **"Controlling Hospital Costs, the Role of Government Regulations"** The MIT Press, Cambridge, : 371-373.

- John, Anotos (1992). "Activity-Based Management for Service, Not for-Profit, and Governmental Organizations" **Journal of cost Management,** summer : 9-12.

- Martin C. Brian (2000). "Emergency Medicine Versus Primary Care : A Case-Study of Three Prevalent, Costly, and Non-emergent Diagnoses at a Community Teaching Hospital". **Journal of Health Care Finance;** Gaithersburg Winter.
- Nathanson, E.(1989). "Identifying Cost of Medical Care: An Essential Step in Allocating Resources" . **JAMA.** Vol. 253, No. 11, March : 1568- 1589.
- Neal W. William(1999) "Reducing Costs and Improving Compliance" . **The American Journal of Cardiology,** Jan : 178 -. ٢٠٨
- Richardson, L. Helen (2000). "The New Shape of ABC" . Transportation **Distribution,** Cleveland : May, http://proquest.umi.com
- Rosenstein, H., Allan(1991)."Relationship between Inappropriate Admission and Days of Care: Implications for Utilization Management" . **Hospital & Service Administration,** Vol. 36 No. 3, Fall : 421- 437.
- Sandier, M. S.(1998). "The Development of Activity and Hospital Costs", in IHF (ed.). **Cost Containment,** Selected papers by IHF, London, October : 14 -16.
- Schulz Rockwell & Johnson Alton (1997). **Management of Hospitals,** MC Graw Hill Book Company . New York : 44-45.
- Warren, H. Barbara, et. al.(1991). "Cost Containment and Quality of Life" . **Archives of Internal Medicine,** Vol. 151, April : 741-745
- West D. Timothy & West A. David(1997). "Applying ABC to Healthcare". **Management Accounting,** February : 22-33.
- William R. Rex et. al.(1995). "Cost Containment of The Second Generation Cephalosporins by Prospective Monitoring at a Community Teaching Hospital" . **Archives of Internal Medicine,** Vol. 145, Nov. : 1978-1981.
- Woutrs, J. F. Maarc(1996). "Whey Management Use Cost Allocations: A Research Note". **Accounting & Business Research,** Autumn : 341-346.

الاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بالسوق السعودية

الدكتور/ أحمد على سليمان

أستاذ التسويق المساعد - جامعة الملك سعود

● دورية الإدارة العـــامـــة
● المجلد الثـانى والأربعـون
● العـــــــــــدد الأول
● مـــحـــــرم ١٤٢٣ هـ
● أبـــــريـــــل ٢٠٠٢ م

الاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بالسوق السعودية

د . أحمد على سليمان*

تعد دراسة ومتابعة الاتجاهات النفسية للمستهلكين من الموضوعات الهامة التى تشغل بال الباحثين ومسئولى التسويق على حد سواء لأسباب متعددة من بينها العلاقة المتوقع وجودها بين الاتجاهات النفسية من ناحية وبين نزعة المستهلكين للشراء من ناحية أخرى (Alpert, 1993; Smith, 1990)، والتأثير الاجتماعى للمستهلكين - وخاصة قادة الرأى الاستهلاكى والمستهلكين الابتكاريين - فى آراء واتجاهات من حولهم من الزملاء والأصدقاء والأقارب والمعارف (Loudon and Della Bitta, 1993) وما يترتب على ذلك من آثار بعيدة المدى على مبيعات المنشأة ، وكذلك رغبة المنشأة فى تحقيق مركز تنافسى أفضل فى السوق من خلال التعرف إلى الاتجاهات النفسية للمستهلكين والسبق فى تقديم منتجات جديدة ناجحة لهم قبل غيرهم من المنافسين والاستحواذ على رضاهم. هذا بالإضافة إلى وجود علاقة بين رضا المستهلكين وربحية المنشأة من ناحية (Bernhardt, Donthu, and Kennett, 2000) وبين الجودة وحصة المنشأة فى السوق من ناحية أخرى (Hellofs and Jacobson, 1999).

* أستاذ التسويق المساعد - جامعة الملك سعود .

من هنا يصبح الاهتمام بدراسة الاتجاهات النفسية للمستهلكين أمرًا حيويًا ، حتى يمكن فهم سلوكهم الشرائى والاستهلاكى والتعرف إلى ميولهم الشرائية ومدى استعدادهم لشراء واستهلاك منتجات معينة دون غيرها ، وبذلك يتوفر للمنشأة قاعدة بيانات يمكن استخدامها فى التنبؤ بهذا السلوك الشرائى وفى وضع إستراتيجياتها التسويقية وتعديلها بما يتفق مع التغير المستمر فى اتجاهات المستهلكين بالسوق ، كما يعينها على تحقيق أعلى مستوى ممكن من رضا العملاء .

أهمية البحث :

يبدو للمراجع لأدبيات سلوك المستهلك بالسوق السعودية لأول وهلة أن بحوث المستهلك فى هذه السوق ضئيلة وتكاد تكون منعدمة فيما يتعلق ببعض جوانب ذلك السلوك . ومن الملاحظ أن الباحثين ومسئولى التسويق فى كثير من الشركات العاملة بهذه السوق لا يهتمون كثيرًا بقياس الجوانب المختلفة لسلوك المستهلكين ، وعلى رأسها الاتجاهات النفسية للأفراد تجاه الإستراتيجيات التسويقية المختلفة لمنشآت الأعمال ، فى حين أن أحد أسباب نجاح الشركات الأمريكية والأوروبية واليابانية فى أسواقها المحلية والدولية وحصولها على نصيب كبير منها هو استثمارها الأموال اللازمة فى بحوث التسويق – وخاصة بحوث المستهلك – والتزامها بقياس الاتجاهات النفسية للمستهلكين بصفة منتظمة (تكاد تكون بصورة سنوية) واستخدام نتائج تلك الدراسات فى إعداد وتكييف إستراتيجياتها التسويقية بما يتفق مع الاتجاهات السائدة فى السوق.

وبالإضافة إلى البحوث التى تجريها هذه الشركات بنفسها فى السوق فإنها تحصل – مقابل اشتراك سنوى – على نتائج الدراسات التى تقوم بها

شركات استشارية أخرى متخصصة فى كل من بحوث السوق وبحوث المستهلك. فمثلاً تحصل كثير من الشركات الأمريكية على نتائج الدراسة السنوية التى تجريها الشركة الاستشارية Yankelovich, Skelly, and White على السوق الأمريكية والتى تصدر سنوياً وبصورة منتظمة منذ عام ١٩٦٠م تحت عنوان The Yankelovich MONITOR. ويضم التقرير السنوى لهذه الدراسة الاتجاهات النفسية والاجتماعية لأفراد العينة الممثلة للمجتمع الأمريكى والتى من الملاحظ أنها (أى الاتجاهات النفسية والاجتماعية) تتغير من عام لآخر. ومن خلال التفسير الحذر والواعى للاتجاهات التى يعرضها التقرير السنوى لهذه الدراسة الدورية تستطيع المنشأة تحديد التغيرات المتوقعة فى الخصائص الديموغرافية والاجتماعية لبعض قطاعات السوق فى المستقبل مما يوفر للمنشأة الوقت الكافى للاستعداد لمواجهة التحول المتوقع فى الطلب على مختلف السلع والخدمات التى تنتجها فى المستقبل (Schiffman and Kanuk, 1999) .

كما أن هناك دراسة سنوية أخرى بدأت فى عام ١٩٧٨م بمعهد ستانفورد للبحوث ، وتركز هذه الدراسة على القيم التى يعتنقها الأفراد وأساليبهم المعيشية وتعكس التغيرات السنوية التى تحدث فى تلك القيم والأساليب المعيشية من سنة لأخرى، ويشار إلى التصنيف الذى تنتجه هذه الدراسة باسم فالز VALS (Mitchell, 1981). ويحصل عدد من الشركات الأمريكية أيضًا على النتائج السنوية لهذه الدراسة مقابل اشتراك سنوى ويستفيدون منها فى تصميم وتعديل برامجهم التسويقية بما يساير التغيرات فى القيم الشخصية للمستهلكين وأنماط حياتهم.

فى ضوء هذه المعلومات نجد أن السوق السعودية فى حاجة شديدة إلى مثل هذا النوع من البحوث لاكتشاف الجوانب المختلفة لسلوك المستهلكين

السعوديين والمقيمين فيها على حد سواء ، مما يساعد مسئولى التسويق على فهم هذا السلوك والاجتهاد فى التنبؤ به ، ويوفر للمشتغلين بهذه السوق قاعدة من البيانات يمكن استخدامها فى إعداد الإستراتيجيات التسويقية الفعالة لمنشآتهم وفى مواجهة المشاكل الناجمة عن المنافسة الشديدة فى السوق بأسلوب علمى .

أهداف البحث :

يتركز الهدف الرئيسى لهذه الدراسة فى التعرف إلى الاتجاهات النفسية للمستهلكين السعوديين وغير السعوديين بالمناطق الرئيسية الثلاث (الشرقية والوسطى والغربية) تجاه الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال العاملة بالسوق السعودية . ولتحقيق هذا الهدف الرئيسى فهناك ثلاثة أهداف فرعية :

١- دراسة الاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو عناصر المزيج التسويقى الأربعة جميعها (المنتج والتسعير والترويج والتوزيع) وليس عنصرًا واحدًا أو عنصرين فقط فيه كما فعلت معظم الدراسات السابقة .

٢- دراسة ومقارنة الاتجاهات النفسية للمستهلكين فى المناطق الرئيسية الثلاثة للمملكة (الشرقية والوسطى والغربية) معًا .

٣- دراسة ومقارنة الاتجاهات النفسية للمستهلكين السعوديين والمقيمين من غير السعوديين للتعرف إلى آرائهم ووجهات نظرهم ولمعرفة ما إذا كانت الفئتان تشكلان سوقًا واحدًا أم سوقين مختلفين.

ونظرًا لأن هناك ما يزيد على المائة جنسية من العاملين غير السعوديين بالمملكة ، ونظرًا لمحدودية الموارد المتوفرة للباحث فقد تقرر قصر إجراء

الدراسة على السعوديين والعرب المقيمين من غير السعوديين فقط ؛ نظرًا لأن المجموعة الأخيرة تمثل غالبية كبيرة بين المقيمين.

مشكلة الدراسة :

من الملاحظ أن معظم الدراسات السابقة المهتمة بقياس اتجاهات المستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بالسوق السعودية تقتصر على منطقة جغرافية واحدة كما أنها تركز على المستهلكين السعوديين فقط ، بالرغم من وجود أكثر من ستة ملايين مقيم من غير السعوديين بالمملكة يمثلون ثلث القوة الشرائية داخل السوق ، من جهة أخرى فإن تلك الدراسات تهتم بعناصر فردية من المزيج التسويقى مع إهمال العناصر الأخرى من المزيج . لذلك فهناك حاجة ماسة لمعالجة أوجه القصور هذه من خلال تغطية المناطق الثلاثة الرئيسية بالمملكة فى آن واحد، ودراسة الاتجاهات النفسية للمقيمين ومقارنتها بالاتجاهات النفسية للسعوديين نحو العناصر الأربعة للمزيج التسويقى جميعها بدلاً من عنصر واحد فقط ؛ بناء عليه تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية :

١- ما هى الاتجاهات النفسية للمستهلكين فى السوق السعودية نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بصفة عامة ؟ وما هى اتجاهاتهم النفسية نحو الإستراتيجيات الخاصة بكل عنصر من عناصر المزيج التسويقى على حدة (إستراتيجيات المنتجات وإستراتيجيات التسعير وإستراتيجيات الترويج وإستراتيجيات التوزيع التى تتبعها تلك المنشآت) ؟

٢- هل تختلف الاتجاهات النفسية للمستهلكين السعوديين تجاه الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال فى السوق السعودية عن

الاتجاهات النفسية للمستهلكين العرب المقيمين من غير السعوديين؟ وإن اختلفت فبأى صورة تختلف ؟

٣- هل تختلف الاتجاهات النفسية للمستهلكين عامة فى المناطق الرئيسية الثلاث بالسوق السعودية (الشرقية ، الوسطى ، الغربية) نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بصفة عامة ؟ وهل تختلف اتجاهات المناطق الثلاثة نحو الإستراتيجيات الخاصة بكل عنصر من عناصر المزيج التسويقى على حدة ؟ وإن اختلفت تلك الاتجاهات فبأى صورة تختلف ؟

٤- هل تختلف الاتجاهات النفسية للمستهلكين فى السوق السعودية عامة وفى كل منطقة جغرافية على حدة نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال ككل ونحو إستراتيجية كل عنصر فى المزيج التسويقى باختلاف خصائصهم الديموغرافية ؟ وما هى الفروق المعنوية إن وجدت ؟

٥- إذا أخذت فى الاعتبار جميع الخصائص الديموغرافية للعينة معًا وفى نفس الوقت فما هى الخصائص التى ترتبط ارتباطًا وثيقًا بالاتجاهات النفسية للمستهلكين تجاه الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال أكثر من غيرها ؟

مراجعة الأدبيات :

بدأت دراسة الاتجاهات النفسية للأفراد منذ فترة طويلة فى مجال علم النفس الاجتماعى وهو أحد العلوم الاجتماعية السلوكية التى تهتم بالتفاعل بين الفرد ومن يختلط بهم من جماعات وبآثار هذا التفاعل على سلوكه الشخصى وعلى السلوك الشخصى لأفراد الجماعة . وخلال العقود

القليلة الماضية استفادت بحوث المستهلك من تلك الدراسات وقام علماء سلوك المستهلك باختبار وتطبيق نظريات الاتجاهات النفسية على الأفراد فيما يتعلق باتجاهاتهم وشعورهم نحو المنتجات والعلامات التجارية المتوفرة فى السوق ونحو منتجيها وعلاقة ذلك بسلوكهم الشرائى.

وعموماً تقسم المدرسة الإدراكية فى علم النفس الاجتماعى الاتجاهات النفسية إلى ثلاثة عناصر متتالية هى : (١) العنصر الإدراكى - أو العقائدى/المعرفى (٢) والعنصر الوجدانى - أو الشعورى (٣) والعنصر الاعتزامى - أو نية الشراء/النزعة السلوكية نحو الشراء. ولذلك يتخذ الباحثون عدة مسارات فى تعريفهم الاتجاهات النفسية فمثلاً يركز Thurstone على العنصر الوجدانى أو الشعورى فى تعريفه للاتجاه النفسى فيعرفه بأنه حجم الشعور أو العاطفة التى يحملها الفرد تجاه مثير ما أو ضده (Petty, Ostrom, and Brock, 1981) ، ويشير Allen, Machleit, and Kleine (1992) إلى الاتجاه النفسى على أنه نتاج لعملية تصنيف يقوم بها الفرد لشىء ما على مقياس تقييمى متصل ، أما Allport (1935) فيأخذ فى الاعتبار فى دراسته الكلاسيكية عن الاتجاهات النفسية العناصر الثلاثة المكونة لها - والسابق ذكرها - معاً ويعرفها بأنها استعدادات وميول طبيعية لدى الفرد للاستجابة بطريقة إيجابية أو سلبية لشىء ما أو لمجموعة من الأشياء بصورة منتظمة ، وتنشأ هذه الاستعدادات والميول عند الفرد نتيجة للتعلم ممن ومما حوله . ويعد التعريف الأخير أكثر شمولاً من التعاريف الأخرى رغم قدمه تاريخيًا ، وهو الذى سنستخدمه فى هذا البحث للإشارة إلى الاتجاهات النفسية للمستهلكين تجاه الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال .

وتشير البحوث التى أجريت فى مجال الاتجاهات النفسية إلى أن الباحث يمكن أن يتنبأ بالسلوك الشرائى للمستهلك بناء على اتجاهاته النفسية، فقد قام Mowen (1995) بمراجعة عدد من الدراسات التى تفحص العوامل والظروف التى يمكن فى ظلها إجراء هذا التنبؤ ولخصها فى ستة عوامل هى درجة اهتمام المستهلك بالمنتج ، درجة اتصاف المقياس المستخدم فى قياس الاتجاهات النفسية بالصدق والثبات ، درجة تأثير الآخرين على الشراء ، طبيعة العوامل المحيطة بالموقف الشرائى ، قوة الاتجاهات النفسية للمستهلك نحو العلامات التجارية المنافسة ، وقوة الاتجاه النفسى للمستهلك نحو المنتَج محل البحث . ويخلص Mowen إلى القول بأنه كلما اهتم المستهلك بالمنتَج ، وكان مقياس الاتجاهات النفسية صادقًا وثابتًا ، وكان تأثير الآخرين فى الفرد قويًا ، وكانت الظروف المحيطة بالموقف الشرائى مواتية ، وكانت قوة الاتجاه النفسى للفرد نحو المنتجات والعلامات التجارية المنافسة ضعيفة ، وكان الاتجاه النفسى للفرد نحو منتجٍ ما قوياً ، أمكن التنبؤ بأن الاتجاه النفسى الإيجابى للفرد نحو ذلك المنتج سوف يُترجم إلى شراء ، وبعبارة أخرى تكون العلاقة بين الاتجاهات النفسية الإيجابية والسلوك الشرائى علاقة قوية وطردية .

غير أن الباحث يجب أن يكون حذرًا عند فحصه للعلاقة بين الاتجاهات النفسية والسلوك الشرائى ، فعلى الرغم من أن هذه العلاقة هى بصفة عامة طردية إلا أنها ليست قوية فى كل الحالات فهناك عوامل متعددة - مثل العوامل الستة السابق ذكرها - ذات تأثير لا يمكن التنبؤ به دائمًا فقد يعمل بعضها من أجل تقوية العلاقة بين الاتجاهات النفسية والسلوك الشرائى فى حين يعمل البعض الآخر فى الاتجاه المعاكس مما يجعل من الصعب التنبؤ بالمحصلة النهائية لتلك العوامل ، كما أن هناك بعض

الحالات التى تتكون فيها الاتجاهات النفسية تجاه المنتَج بعد الشراء وليس قبله (Wilkie, 1994) .

الدراسات الخاصة بالأسواق الأوربية والأمريكية :

كان اهتمام الباحثين الغربيين بقياس الاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال - ومازال - هاجسهم الأول، ولم يقف هذا الاهتمام عند هذا الحد، بل امتد ليشمل بحث أسباب رضا العملاء وعدم رضاهم (Bowen 2001; Wirtz and Bateson, 1999) واقتراح البرامج التسويقية اللازمة لإنشاء علاقات طويلة المدى ودائمة معهم (Johnson et al. 2000; Tax 1998)، وقد بلغ الاهتمام بهذا الموضوع إلى حد تخصص بعض مراكز البحوث الأمريكية فى إجراء بحوث مستمرة على اتجاهات المستهلكين نحو نوع محدد من المنتجات وأحد الأمثلة على ذلك هو مركز بحوث المستهلك التابع لجامعة كاليفورنيا فى ديفيس الذى يركز على قياس وتحليل اتجاهات المستهلكين نحو سلامة الأطعمة وجودتها (http://ccr ucdavis. edu.) .

وقد عنى باحثو المستهلك بدراسة اتجاهات الأفراد نحو جميع عناصر المزيج التسويقى ، وحصلوا على نتائج مختلطة بعضها إيجابى والآخر سلبى، ففى مجال المنتجات مثلاً اهتم الباحثون بقياس اتجاهات المستهلكين نحو المنتجات الغذائية المستوردة (Juric and Worsley, 1998) ونحو المواد الغذائية النشوية (Stubenitsky and Mela, 2000) ونحو سلامة الأطعمة (Brewer, Sprouls, and Russon, 1994; Resurreccion et al, 1995.) ونحو الرغبة فى توفر تشكيلة كبيرة من المنتجات (Kahn, 1995)، واهتم البعض بدراسة أثر إدراك المستهلك للمنتج فى نوايا الشراء (Babin, Babin, and

(Boles, 1999) فى حين ركز البعض الآخر على بحث اتجاهات المستهلكين نحو علامات الموزع (DelVecchio, 2001) وفحص العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة ورضا العميل (Choi and Eboch, 1998; Mohr-Jackson, 1998). أما من حيث السعر فقد اهتم الباحثون بنواح متعددة منها على سبيل المثال دراسة أثر السعر المعلن على تقدير المستهلك لقيمة المنتج (Alford and Engelland, 2000) وتحليل العلاقة بين الجودة والقيمة ورضاء العميل وأثرهم فى نوايا الشراء (Cronin, Brady, and Hult, 2000) ودور السعر فى تحقيق رضا العميل (Voss, Parasuraman, and Grewal, 1998) ، وتحليل آثار الخصائص الشخصية للأفراد فى اتجاهاتهم النفسية نحو تخفيض تكلفة العناية الصحية المخططة (Schur and Dorosh, 1998) .

وفيما يتعلق بالأنشطة الإعلانية والترويجية لمنشآت الأعمال فقد شملت الدراسات السابقة – على سبيل المثال – قياس اتجاهات المستهلكين نحو الإعلان من جانب أطباء الأسنان وأطباء العيون (Hite, Bellizzi and Andrus, 1988; Moser and Reed, 1998) ونحو قيام شركات الأدوية بالإعلان عن الوصفات الدوائية مباشرة للمستهلكين النهائيين (Williams and Hensel, 1995) ونحو التسويق المباشر (Akaah, Korgaonkar, and Lund, 1995)، كما شملت تلك الدراسات التطورات الحديثة فى الاتصالات التسويقية وأثرها فى سلوك المستهلك (van Raaij, Strazzieri, and Woodside, 2001) وأسباب الضجر فى الإعلان (Aaker and Bruzzone 1985). وقد لقى عنصر التوزيع فى المزيج التسويقى أيضًا اهتمامًا كافيًا من جانب باحثى الاتجاهات حيث قام Turley and Milliman (2000) بدراسة أثر الجو الداخلى لمحلات التجزئة فى سلوك المتسوق ، وعنى d'Astous (2000) بدراسة العوامل المنفرة فى بيئة التسوق ، واهتم

Magi and Julander (1996) ببحث العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العميل والأداء داخل محلات التجزئة ، وقام Van den Poel and Leunis (1999) بدراسة مدى قبول المستهلكين للإنترنت كقناة توزيع ، في حين ركز Frazier and Sheth (1985) على تطوير إطار نظرى للعلاقة بين الاتجاهات النفسية والسلوك فى مجال قنوات التوزيع. ولم ينس الباحثون الممارسات غير الأخلاقية فى تجارة التجزئة فقام Babin, Boles, and Griffin (1997) بدراسة النتائج السلوكية والعاطفية المترتبة على إدراك المستهلكين للممارسات غير الأخلاقية بمحلات التجزئة، فى حين اهتم Babin, Griffin, and Boles (1997) باستكشاف أسباب ولاء المستهلك للمحل التجارى .

ولم يقتصر اهتمام الباحثين على المنتجات الملموسة، وإنما شمل أيضًا الخدمات بمختلف أنواعها وفى مجالات تسويقية متعددة، فقد قاموا بدراسة اتجاهات المستهلكين نحو العديد من الخدمات وتحليل محددات رضا المستهلك والعلاقة بين رضا المستهلكين والجودة المدركة للخدمة فى عدد متنوع من المؤسسات الخدمية التى تشمل الفنادق وصالونات تصفيف الشعر للسيدات ومؤسسات العناية الصحية وخدمات ما بعد البيع وغيرها Burger and Cann, 1995; Kersnik, 2001; Magi and Julander, 1996;) Nguyen, and LeBlanc, 1996; Nilsson, Johnson, and Justafsson, 2001; Oh, 1999; Sitzia and Wood, 1997; Wirtz and Bateson, 1999; Yuksel .(and Rimmington, 1998.

ومن الملاحظ أن هناك اهتمامًا كبيرًا من جانب الباحثين الغربيين بتطوير إطار نظرى يشرح العلاقات المتشابكة بين كل من الاتجاهات النفسية للمستهلكين والجودة (جودة السلعة والخدمة) ونوايا الشراء ورضا العميل والذى يمكن التعبير عنه ببساطة فيما يلى : (جودة السلعة والخدمة – الاتجاهات النفسية – نية الشراء – الشراء – رضا العميل) كما هو الحال

فى النموذج النظرى الذى طوره Woodside, Frey, and Daly (1989) والذى يربط بين جودة الخدمة ورضا العميل ونية الشراء .

الدراسات الخاصة بالسوق السعودية :

لم يلق موضوع الاتجاهات النفسية للمستهلكين تجاه الأنشطة التسويقية لمنشآت الأعمال بالسوق السعودية اهتمامًا كبيرًا من جانب الباحثين، ويتضح ذلك بجلاء فى العدد الضئيل من الدراسات التى أجريت فى هذا المجال، والتى ركزت على عنصر واحد أو عنصرين فقط من عناصر المزيج التسويقى ، وخاصة عنصرى الإعلان والمنتج . وبالبحث فى الأدبيات المتاحة عن الأسواق العربية الأخرى لم يكن الحال أفضل منه فى السوق السعودية. وفى الفقرات القادمة سنراجع الأدبيات المرتبطة بهذا الموضوع وبعد ذلك نتطرق لعدد من الدراسات المرتبطة بالأسواق العربية الأخرى .

انحصرت الدراسات الخاصة بالسوق السعودية فى استطلاع الاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو عنصرين فقط من عناصر المزيج التسويقى هما المنتج والترويج ، وتركزت البحوث فى مجال الترويج فى الأنشطة الإعلانية للشركات بالذات . وفيما يلى نستعرض أولاً البحوث الخاصة باتجاهات المستهلكين نحو المنتجات والخدمات ، ثم نناقش بعد ذلك البحوث المرتبطة بآراء واتجاهات المستهلكين نحو الإعلان .

الدراسات الخاصة بالمنتجات والخدمات فى السوق السعودية :

ركزت معظم الدراسات التى أجريت بهدف قياس الاتجاهات النفسية للمستهلكين السعوديين تجاه المنتجات والخدمات المتوفرة بالسوق على عقد مقارنة بين كل من المنتجات الوطنية والمنتجات الأجنبية ، ففى دراسة

مقارنة للمركز التنافسى للمنتجات الوطنية والأجنبية فى السوق السعودية قام رضوان والبحيرى (١٤٠٧هـ/١٩٨٧م) باستطلاع مدى إقبال المستهلك السعودى على شراء كل من المنتجات الغذائية المصنعة المعلبة وغير المعلبة الوطنية والأجنبية ، واهتم الباحثان بقياس مستويات تفضيل المستهلك السعودى لها مع التعرف إلى المركز التنافسى لكل منها والعوامل المؤثرة فى الإقبال على شرائها . وقد وجد الباحثان أن المستهلك السعودى بصفة عامة يفضل المنتجات الغذائية الوطنية على المنتجات الغذائية الأجنبية وأن عامل السن هو المتغير المستقل الوحيد بين المتغيرات الديموغرافية الذى له تأثير معنوى فى السلوك الشرائى للمستهلك السعودى . وقد اقتصرت الدراسة على المنطقة الشرقية (فى ثلاثة مدن بالتحديد هى الهفوف والدمام والخبر) ولم تشمل المناطق الأخرى من المملكة، كما أنها ركزت على المواد الغذائية دون غيرها من السلع والخدمات .

وفى دراسة أخرى تستهدف التعرف إلى الصورة الذهنية للمنتجات الوطنية المصنعة (غذائية وغير غذائية) بالمقارنة بالصورة الذهنية للمنتجات المصنعة المستوردة من الخارج وجد على (١٩٩٠م) أن المستهلكين السعوديين بمدينة جدة يحملون صورة ذهنية سلبية عن المنتجات الوطنية السعودية بالمقارنة بالمنتجات المصنعة فى أمريكا وأوروبا واليابان مما يؤدى إلى خلق اتجاهات نفسية سلبية لديهم تجاه المنتجات الوطنية . ومن الواضح أن هذه النتائج التى ترتبط بالمستهلكين السعوديين فى مدينة جدة تتناقض مع تلك التى حصل عليها رضوان والبحيرى فى المنطقة الشرقية فيما يتعلق بالمنتجات الغذائية المصنعة .

وفى دراسة ثالثة لقياس الاتجاهات النفسية للمستهلكين السعوديين نحو

المنتجات الأجنبية المستوردة من ستة دول هى الولايات المتحدة واليابان والمملكة المتحدة وألمانيا وإيطاليا وفرنسا دلت نتائج البحث على أن أكثر المنتجات شعبية بين السعوديين مرتبة ترتيبًا تنازليًا هى : المنتجات اليابانية ثم المنتجات الأمريكية ثم المنتجات الألمانية فى حين احتلت المنتجات البريطانية والفرنسية المركز الأخير بالتساوى (Gulf Marketing Review, 1996) ، كما استكشفت الدراسة الأولويات التى يعطيها المستهلكون السعوديون لثمانية خصائص للمنتجات ووجدتها كالآتى مرتبة ترتيبًا تنازليًا : التقدم التقنى ، الموقع التنافسى ، الجودة ، الإتقان ، توفر فرصة الاختيار من بين عدة منتجات ، ملاءمة الاستعمال ، الألوان والتصميم الجذاب ، وإمكانية الاعتماد على المنتج .

وفى دراسة مبكرة للاتجاهات النفسية للمستهلكين السعوديين تجاه المنتجات الوطنية وجد Yavas and Tuncalp (1985) أن أغلب أفراد العينة – من المنطقة الشرقية – يفضلون شراء المنتجات المصنعة محليًا وأنهم يشعرون بملاءمة المنتجات المحلية لاحتياجاتهم ، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة رضوان والبحيرى (١٩٨٧م) السابق ذكرها والتى أجريت فى المنطقة الشرقية أيضًا . ولعل هذه النتائج المبدئية تشير إلى حقيقة هامة وهى أنه قد لا يمكن لمسئولى التسويق الذين يوزعون منتجاتهم فى المناطق الجغرافية المختلفة للمملكة الافتراض بتساوى اتجاهات وتفضيلات المستهلكين فى تلك المناطق لنفس المنتجات .

أما فى مجال الخدمات فقد اهتم عبد الخالق (١٩٨٩م) بدراسة خدمات الخطوط السعودية لركاب الرحلات الدولية بمطار الملك عبد العزيز الدولى بجدة وقام باستطلاع آراء واتجاهات كلٍّ من المسافرين خارج المملكة والعاملين بالشركة نحو عدد من الخدمات التى تقدمها الشركة وأسباب

تفضيلهم لبعض الجوانب الخدمية . غير أن هذه الدراسة كانت مقصورة على الخطوط السعودية فقط، كما أنها لم تشمل ركاب الرحلات الدولية فى المطارات الواقعة فى المناطق الأخرى بالمملكة .

وفى مجال خدمى آخر هو الخدمات الطبية بالمستشفيات أجريت بعض الدراسات التى استهدفت قياس اتجاهات ومستوى رضا المرضى عن تلك الخدمات مثل دراسة الحمد والشهيب (١٩٩١م) التى غطت جميع أنحاء المملكة وشملت الاتجاهات النفسية للمرضى تجاه خدمات العيادات الخارجية وخدمات التنويم وخدمات الطوارئ ، وكذلك دراسة bin Saeed (١٤١٤هـ/١٩٩٣م) والتى ركزت فقط على مستشفيات جامعة الملك سعود بمدينة الرياض .

الدراسات الخاصة بالترويج فى السوق السعودية :

تركزت المجموعة الثانية من دراسات الاتجاهات النفسية فى السوق السعودية على النشاط الإعلانى وأجريت غالبيتها فى مدينة جدة . فمثلاً أجرى بغدادى (١٩٩٢م) دراسة على عينة من طلاب جامعة الملك عبد العزيز بجدة بهدف الكشف عن الاتجاهات النفسية للسعوديين نحو مصداقية الإعلان التليفزيونى ، وتدل نتائج الدراسة على أن الاتجاه النفسى العام للعينة تجاه الإعلان يتسم بالسلبية . غير أن استخدام طلاب الجامعة كمفردات للعينة فى البحوث الأكاديمية يعانى من انتقاد حاد ؛ حيث إنهم لا يمثلون المجتمع ككل وإنما يمثلون شريحة عمرية وتعليمية صغيرة منه ، وقد لا تعبر اتجاهاتهم النفسية بصدق عن الاتجاهات النفسية لباقى شرائح وأفراد المجتمع .

وقام على (١٤١٤هـ/١٩٩٤م) أيضًا بدراسة الاتجاهات النفسية للمستهلكين السعوديين بمدينة جدة نحو الإعلان التجارى وأخذت عينة الدراسة من سكان المدينة . وعلى العكس من نتائج دراسة بغدادى فقد وجد الباحث أن مفردات الدراسة يحملون اتجاهات مختلطة نحو الإعلان فبعضهم يشعر باتجاهات إيجابية والبعض الآخر يشعر باتجاهات سلبية. وفى دراسة أخرى لنفس الباحث (على، ١٩٩٥م) حول الآثار الاجتماعية والاقتصادية للإعلان من وجهة نظر المستهلكين السعوديين بمدينة جدة كانت النتائج أيضًا مختلطة ، حيث كانت اتجاهات أفراد العينة إيجابية فيما يتعلق ببعض الآثار فى حين كانت الاتجاهات سلبية فيما يتعلق ببعض الآثار الأخرى . وتؤكد هذه النتائج الخلاصة التى توصلنا إليها فى الفقرة السابقة وهى خطورة تعميم النتائج التى يحصل عليها الباحث من دراسته لطلاب الجامعة على كل أفراد المجتمع .

وفى الرياض قام حسن (١٤١٠هـ/١٩٩٠م) بإجراء دراسة عن اتجاهات المستهلكين السعوديين نحو الإعلان التليفزيونى.ووجد أن سلوكهم المرتبط بمشاهدة قنوات التليفزيون السعودى له علاقة بخصائصهم الديموغرافية كالسن والمستوى التعليمى والجنس .

الدراسات الخاصة بالأسواق العربية الأخرى :

نستعرض فى هذا القسم بعض الأمثلة على بحوث الاتجاهات النفسية التى تم إجراؤها على المستهلكين فى بعض الأسواق العربية والتى تشمل الأردن والكويت والإمارات العربية المتحدة ومصر . ففى السوق الأردنية أجرى عبيدات (١٩٩٥ أ ، ب ، ج) سلسلة من الدراسات التى استهدفت قياس الاتجاهات النفسية للمستهلكين الأردنيين تجاه عدد من الموضوعات

التى تندرج تحت عنصرى المنتج والسعر فى المزيج التسويقى ، وقد شملت الدراسات التى أجراها دراسة عن الاتجاهات النفسية للمرأة الأردنية نحو السلع الاستهلاكية المنتجة محليًا بالمقارنة بالسلع المستوردة ، ودراسة أخرى عن الاتجاهات النفسية لرواد فنادق الخمس نجوم فى الأردن ، ودراسة ثالثة عن الاتجاهات النفسية للنساء الأردنيات نحو التنزيلات السعرية على الملابس النسائية . وبصفة عامة تشير النتائج التى حصل عليها عبيدات إلى عدم اتفاق الاتجاهات النفسية للمستهلكين عبر جميع السلع والخدمات التى درسها ، فمثلاً أظهر رواد الفنادق من جميع الفئات درجة عالية من الرضا عن أسعار الغرف والأجنحة وعن الخدمات الفندقية المقدمة بصفة عامة فى حين كانت أغلبية ربات البيوت التى شملتهن الدراسة الخاصة بالتنزيلات السعرية .. "يعتقدن أن التجار غالبًا ما يلجئون إلى رفع السعر المحدد للسلعة قبل قرار التنزيل إلى سعر أعلى ثم يحسم منه نسبة معينة بحيث يكون السعر الجديد الخاضع للتنزيل مساويًا للسعر القديم أو أعلى منه قليلاً" (عبيدات ، ١٩٩٥ج : ٨٤٥) ، كما كن يعتقدن أن الملابس التى تشملها التخفيضات ذات نوعية رديئة .

وفى السوق الكويتية تركزت الدراسة - كما هو الحال فى السوق السعودية - على عنصرى المنتج والترويج فقد حظى عنصر المنتج بدراستين لإدريس استخدم فيهما مقياس جودة الخدمة المشهور SERVQUAL لقياس جودة الخدمة المصرفية والنقل الجوى للأفراد فى الدراسة الأولى (إدريس والمرسى ، ١٩٩٣م) ولقياس جودة الخدمة الصحية فى الدراسة الثانية (إدريس ١٩٩٦م) ، وإن كانت الدراستان تميلان إلى قياس الإدراك الحسى للأفراد أكثر من قياسهما لاتجاهاتهم النفسية .

أما عنصر الترويج فقد تركز البحث فيه على الإعلان حيث قام أبو جمعة (١٩٨٦م، ١٩٨٧م، ١٩٩٢م) بإجراء سلسلة من الدراسات عن اتجاهات المستهلكين نحو الإعلان والخداع الإعلانى بالكويت وتبين من نتائج دراساته أن هناك عدم تناسق فى إدراك المستهلكين للخداع الإعلانى وأن هناك علاقة بين الخصائص الديموغرافية للأفراد وإدراكهم للخداع الإعلانى ، فالمستهلكون الذين يعملون بمجال غير تسويقى كان إدراكهم أكثر ميلاً إلى عدم التناسق من أولئك الذين يعملون بمجال تسويقى ، كما كان لكل من الجنس والسن تأثير فى ميل الإدراك نحو عدم التناسق .

أما فى سوق الإمارات العربية المتحدة فقد قام غنيم (١٩٩٢م) بدراسة اتجاهات المستهلكين نحو أسلوب البيع المباشر للمستهلك بالبريد وهى دراسة تغطى عنصرى الترويج والتوزيع معًا . وقد وجد الباحث أن الاتجاهات النفسية لأفراد العينة نحو الشراء بالبريد تميل بصفة عامة إلى أن تكون إيجابية كما وجد أن هناك علاقة جوهرية بين الاتجاهات النفسية لأفراد العينة نحو الشراء بالبريد من جهة وبين الجنسية و الدخل والسن والتعليم ونوع السلع المشتراة من جهة أخرى .

وفى السوق المصرية أجرى رضوان (١٩٩٠م) دراسة مقارنة للاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو المزيج التسويقى للمنتجات الغذائية التى تنتجها كل من شركات القطاع العام وشركات الاستثمار ، وقد اقتصرت الدراسة على مدينة القاهرة فقط . وتوصل الباحث إلى النتائج التالية :

١- يرى غالبية المستهلكين أن بالمزيج التسويقى لشركات القطاع العام من الثغرات ما يجعله مزيجًا غير متكامل بالنسبة لمعظم المنتجات الغذائية التى تنتجها .

٢- يرى أفراد العينة أن عناصر المزيج التسويقى لشركات الاستثمار أفضل من عناصر المزيج التسويقى لشركات القطاع العام .

٣- يرى أفراد العينة أن شركات القطاع العام لا تعدل فى عناصر مزيجها التسويقى بما يتمشى مع التغيرات التى تحدث فى الأنماط الاستهلاكية للمستهلكين .

تقييم الدراسات السعودية والعربية المتوفرة :

يتضح لنا من العرض السابق لأدبيات الاتجاهات النفسية للمستهلكين بالمنطقة العربية عامة وبالسوق السعودية خاصة ما يلى :

١- تركزت بحوث الاتجاهات النفسية فى المنطقة العربية على عنصر أو اثنين فقط من عناصر المزيج التسويقى فيما عدا بعض الاستثناءات كدراسة رضوان فى مصر التى شملت المزيج التسويقى كله . وفى السوق السعودية على وجه الخصوص كان التركيز على عنصرين فقط من عناصر المزيج التسويقى هما المنتج والترويج (مع التركيز على الإعلان بصفة محددة) أما عنصرا التسعير والتوزيع فلم يعرهما الباحثون أى اهتمام .

٢- تتصف الغالبية العظمى من هذه البحوث بأن عيناتها مأخوذة من مناطق إقليمية محدودة داخل كل سوق عربية ، فقد اقتصر كل منها - مع بعض الاستثناءات كدراسة الحمد والشهيب فى السوق السعودية - على منطقة جغرافية واحدة داخل السوق الوطنى دون دراسة المناطق الأخرى، مما يثير تساؤلاً هامًا عن مدى تشابه أو اختلاف الاتجاهات النفسية للمستهلكين فى المناطق المختلفة نحو نفس المنتجات محل

الدراسة ، ويضع فى نفس الوقت حدوداً على قدرة الباحث فى تعميم نتائج الدراسة على السوق كلها .

٣- بالرغم من أن حجم المستهلكين المقيمين بالمملكة العربية السعودية من غير السعوديين يقترب من ثلث حجم السوق السعودية إلا أنهم لم يشتركوا فى أى دراسة من الدراسات التى راجعها الكاتب ، مما يجعل الدروس المستفادة من تلك البحوث غير واقعية خاصةً بالنسبة للشركات الصناعية والتجارية والزراعية التى تسوق منتجاتها لكل من السعوديين وغير السعوديين العاملين بالمملكة فى نفس الوقت وهى كثيرة جداً . ولا شك أن سوق المستهلكين غير السعوديين الذى يصل إلى مثل هذا الحجم لا يمكن لأى مدير تسويق ماهر أن يتجاهله أو يهمله .

منهج البحث

مجتمع البحث وعينته :

يمثل مجتمع البحث جميع السعوديين والعرب المقيمين فى المناطق الرئيسية الثلاثة بالمملكة العربية السعودية (الشرقية والوسطى والغربية) ، وتتكون عينة الدراسة من ثلاثة عينات ميسرة convenience samples أخذت من هذه المناطق الثلاثة . وكان الشرط الوحيد لاشتراك الفرد فى الدراسة هو أن يكون عمره على الأقل (١٨) سنة حتى يكون لديه حد أدنى من الخبرة بالسوق تعاونه فى الإجابة عن أسئلة الاستبانة بصدق وأمانة . وفيما عدا ذلك فقد كان من المرغوب فيه تنويع الخصائص الديموغرافية الأخرى بين مفردات العينة بحيث يشترك فى الدراسة الرجال والنساء من جميع المستويات التعليمية ومن مختلف الوظائف ومن العزاب والمتزوجين ومن جميع مستويات الدخول وهكذا بالنسبة لباقى الخصائص الأخرى ،

وذلك من أجل تمثيل المستهلكين بالسوق السعودية تمثيلاً أقرب ما يكون إلى الصحة بقدر الإمكان .

وقد تمت الاستعانة بعدد من جامعى البيانات الذين تم تدريبهم على ذلك فقاموا بتوزيع الاستبانة المعد لجمع البيانات على مفردات العينة واستلامه منهم بعد تعبئته عن طريق الاتصال الشخصى . وقد بلغ عدد الاستبانات الموزعة فى المناطق الثلاثة (٨٥٠) استبانة تم استعادة (٧٩٢) استبانة معبأ منهم . وعند القيام بإدخال البيانات فى الحاسب الآلى تم استبعاد (٢١) استبانة لعدة أسباب شملت التناقض فى الإجابات وعدم الإجابة عن عدد كبير من الأسئلة وصغر عمر المجيب عن (١٨) سنة والإجابة عن أكثر من بديل فى نفس السؤال لعدد كبير من الأسئلة مثل : وضع دائرة حول كل من الرقمين "٣" و "٥" لنفس السؤال والتطرف فى جميع الإجابات مثل وضع دائرة على الرقم "٥" فى الإجابة عن جميع الأسئلة (Zikmund and Zikmund, 2000) . وبذلك أصبح إجمالى عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائى (٧٧١) استبانة تمثل معدل استجابة قدره ٩٠,٧٪ من إجمالى الاستبانات الموزعة على الأفراد . ويوضح الجدول رقم (١) التوزيع التكرارى لمفردات العينة بحسب خصائصهم الديموغرافية وتوزيعهم على المناطق الجغرافية الثلاثة .

أداة جمع البيانات والمقاييس المستخدمة :

المقياس الرئيسى الذى تم استخدامه فى هذه الدراسة هو مقياس Gaski and Etzel (1986) المعروف باسم "مؤشر شعور المستهلك تجاه التسويق "The Index of Consumer Sentiment Toward Marketing" ، ويتمتع هذا المقياس بدرجات عالية من الثبات والمصداقية حيث حصل مصمما المقياس

على معدلات للثبات الداخلى تتراوح بين ٠,٧٦ -٠,٨٢ ، كما كشفت اختبارات المصداقية التى أجريت باستخدام تحليل العوامل عن هيكل داخلى للعوامل متسق مع محتوى العبارات المكونة للمقياس لكل عامل من العوامل الأربعة. بالإضافة إلى ذلك فقد حصل الباحثان على دليل قوى للمصداقية الالتقائية convergent validity من خلال تحليل الارتباط بين هذا المقياس وبين كل من الانطباعات الكلية للمستهلك (ر=٠,٦٣) ومستوى رضاه (ر=٠,٧٣) ومشاكله (٠,٦٣) (Gaski and Etzel, 1986) .

ويتكون المقياس من عشرين عبارة مصممة فى صورة مقياس ليكرت ، حيث يختار المجيب أحد خمسة مستويات من الموافقة/عدم الموافقة (١= لا أوافق مطلقًا ، ٥= أو افق تمامًا). وهذه العبارات مقسمة إلى أربعة مجموعات تتكون كل مجموعة منها من خمسة عبارات تعبر عن رأى المستهلك فى أحد الأنشطة التسويقية الخاصة بالعناصر الأربعة للمزيج التسويقى - المنتَج والسعر والترويج والتوزيع (راجع كلاً من الملحق والجدول رقم ٣) . وبعد الإجابة عن هذه العبارات طُلِبَ من المجيب أن يعطى البيانات الديموغرافية التالية : الجنس ، السن ، المستوى التعليمى ، الوظيفة أو المهنة ، الدخل الشهرى للأسرة (بما فيه دخل الزوجة العاملة) ، الجنسية ، الحالة الاجتماعية ، عدد أفراد الأسرة (بما فيهم المجيب) ، وهل تعمل الزوجة ، والمنطقة التى يسكنها .

أساليب التحليل الإحصائى والنتائج :

نستعرض فى هذا القسم أساليب التحليل الإحصائى المستخدمة فى الإجابة عن أسئلة البحث ونتائج التحليل ، أما تفسير النتائج والتعليق عليها فنتناوله فى القسم التالى .

أولاً : ما هى الاتجاهات النفسية للمستهلكين فى السوق السعودية بصفة عامة نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال ؟ وما هى اتجاهاتهم النفسية نحو الإستراتيجيات الخاصة بكل عنصر من عناصر المزيج التسويقى على حدة : (أ) إستراتيجيات المنتجات (ب) إستراتيجيات التسعير (ج) إستراتيجيات الترويج (د) إستراتيجيات التوزيع ؟

لمعرفة الاتجاهات النفسية للمستهلكين فى السوق السعودية تجاه الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بصفة عامة تم احتساب الوسط الحسابى لجميع إجابات مفردات العينة عن جميع الأسئلة العشرين المكونة للمقياس المستخدم (مؤشر شعور المستهلك تجاه التسويق) ، أما الاتجاهات النفسية تجاه كل إستراتيجية من إستراتيجيات المزيج التسويقى الأربعة على حدة فقد تم احتساب الوسط الحسابى لكل منها باستخدام إجابات جميع مفردات العينة على العبارات الخمس المعبرة عن كل إستراتيجية على حدة . ويتضمن الجدول رقم (٢) الوسط الحسابى والانحراف المعيارى لكل من هذه الاتجاهات علمًا بأن الأوساط الحسابية للاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الإستراتيجيات الأربعة للمزيج التسويقى مرتبة ترتيبًا تنازليًا .

بالرجوع إلى الجدول (٢) نجد أن الوسط الحسابى للاتجاهات نحو الإستراتيجيات التسويقية بوجه عام يساوى ٢,٩٣٥٣ ، ويعكس هذا المتوسط اتجاهات غير محددة تميل نسبيًا إلى السلبية لأنها أقل من (٣) ، كما نلاحظ أن أكثر الاتجاهات سلبية بين المستهلكين فى السوق السعودية بصفة عامة هى اتجاهاتهم نحو الإستراتيجيات السعرية لمنشآت الأعمال يليها الاتجاهات نحو الإستراتيجيات الترويجية ، وأن أفضلها هى اتجاهاتهم نحو إستراتيجيات المنتجات وإستراتيجيات التوزيع وإن كانت

الاتجاهات نحو النوعين الأخيرين من الإستراتيجيات ليست فى الواقع إيجابية وإنما تعلو قليلاً عن عدم التأكد فى الاتجاه الإيجابى (٣,٢٦٢٧ ، ٣,٢٠٤٧ لإستراتيجيات المنتجات والتوزيع على التوالى) .

ولمعرفة الاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الجوانب المكونة لكل عنصر من عناصر المزيج التسويقى فقد قمنا باحتساب الأوساط الحسابية لإجابات مفردات العينة للعبارات الفردية المكونة لكل مقياس من مقاييس الاتجاهات النفسية للعناصر الأربعة للمزيج التسويقى والتى يشملها الجدول رقم (٣).

جدول رقم (١) : الخصائص الديموغرافية لمفردات عينة الدراسة

الخصائص الديموغرافية		التكرار	٪
الجنس / النوع	رجال	٥٨٤	٧٥,٨
	نساء	١٨٦	٢٤,٢
	بدون إجابة	١	...
السن (الوسط الحسابى = ٣٣ سنة)	١٨-٢٥ عامًا	١٩٩	٢٦,٩
	٢٦-٤٥ عامًا	٤٥٤	٦١,٣
	٤٦ عاما وأكبر	٨٨	١١,٩
	بدون إجابة	٣٠	...
المستوى التعليمى	أقل من الثانوية العامة	١٠٨	١٤,٠
	حاصل على الثانوية العامة أو ما يعادلها	٢١١	٢٧,٤
	حاصل على دبلوم فنى بعد الثانوية أو ما يعادله	٧٥	٩,٨
	حاصل على شهادة جامعية	٣١١	٤٠,٤
	حاصل على الماجستير أو الدكتوراه	٦٤	٨,٣
	بدون إجابة	٢	...
الوظيفة	موظف حكومى	٢٦٠	٣٤,٢
	موظف قطاع خاص	٢٧٢	٣٥,٧
	حرفى / فنى	٢٢	٢,٩
	رجل أعمال	٣٣	٤,٣
	ربة بيت	٦٢	٨,١
	طالب / طالبة	٨٦	١١,٣
	متقاعد	٥	٠,٧
	قوات مسلحة جميع الأسلحة / شرطة / أمن عام	١٠	١,٣
	بدون عمل	٩	١,٢
	قطاع حكومى / أهلى مشترك	١	٠,١
	موظف بهيئة غير هادفة للربح	١	٠,١
	بدون إجابة	١٠	...

تابع - جدول رقم (١) - الخصائص الديموغرافية لمفردات عينة الدراسة

الخصائص الديموغرافية		التكرار	٪
الدخل الشهرى للأسرة	أقل من ٣٠٠٠ ريال	١٧٩	٢٤,٢
	٣٠٠٠ - أقل من ٦٠٠٠ ريال	٢٢١	٢٩,٩
	٦٠٠٠ - أقل من ٩٠٠٠ ريال	١٢٢	١٦,٥
	٩٠٠٠ - أقل من ١٢٠٠٠ ريال	٦٤	٨,٦
	١٢٠٠٠ - أقل من ١٥٠٠٠ ريال	٦٣	٨,٥
	١٥٠٠٠ - أقل من ١٨٠٠٠ ريال	٣٦	٤,٩
	١٨٠٠٠ ريال فأكثر	٥٥	٧,٤
	بدون إجابة	٣١	...
الجنسية	سعودى	٥٤٤	٧٠,٦
	عربى غير سعودى	٢٢٦	٢٩,٤
	بدون اجابة	١	...
الحالة الاجتماعية	أعزب (لم يتزوج من قبل)	٢٥٥	٣٣,١
	متزوج	٥٠٥	٦٥,٥
	أرمل	٣	٠,٤
	مطلق	٧	١,٠
	بدون إجابة	١	...
عدد أفراد الأسرة بما فيهم المجيب	١-٤ أفراد	٣٥١	٤٨,٥
	٥-٨ أفراد	٢٧١	٣٧,٥
	٩-١٢ فردًا	٧٣	١٠,١
	أكثر من ١٢ فردًا	٢٨	٣,٩
	بدون إجابة	٤٨	...
هل الزوجة تعمل (المتزوجون فقط)	الزوجة تعمل	١٤٣	٢٨,٦
	الزوجة لا تعمل	٣٥٧	٧١,٤
	بدون إجابة	٥	...
المنطقة الجغرافية	الشرقية	٢٤٠	٣١,١
	الوسطى	٤١١	٥٣,٤
	الغربية	١١٩	١٥,٥

جدول رقم (٢) : المؤشرات العامة للاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بالسوق السعودية مرتبة ترتيباً تنازلياً

الإستراتيجية التسويقية	الوسط الحسابى[1]	الانحراف المعيارى
الإستراتيجية التسويقية بصفة عامة	٢,٩٣٥٣	٠,٤٩٦٢
إستراتيجيات المنتجات	٣,٢٦٢٧	٠,٦٢٤٧
إستراتيجيات التوزيع	٣,٢٠٤٧	٠,٧٥٧٥
إستراتيجيات الترويج	٢,٧٢٥٩	٠,٧٧٦٤
إستراتيجيات التسعير	٢,٤٩٦٣	٠,٦٨٣٠

(١) المقياس المستخدم هو : ١ = غير موافق بالمرة (اتجاهات سلبية تماماً) ، ٢ = غير موافق (اتجاهات سلبية) ، ٣= غير متأكد (اتجاهات غير محددة) ، ٤ = موافق (اتجاهات إيجابية) ، ٥ = موافق تماماً (اتجاهات إيجابية جداً).

جدول رقم (٣) : الاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الجوانب المختلفة لعناصر المزيج التسويقى لمنشآت الأعمال بالسوق السعودية

الجوانب المختلفة لعناصر المزيج التسويقى	الوسط الحسابى(١)	الانحراف المعيارى
الاتجاهات النفسية للمستهلكين تجاه إستراتيجيات المنتج		
١- أنا راضٍ عن معظم المنتجات التى أشتريها	٣,٧٠	١,٠٧
٢- معظم المنتجات المعمرة التى أشتريها تُستهلك بسرعة(٢)	٢,٩١	١,١٠
٣- كثيرًا من المنتجات المعمرة التى أشتريها بها خلل أو عيب ما(٢)	٣,٣٥	١,٥٠
٤- لا تهتم الشركات المصنعة للمنتجات المعمرة التى أشتريها بكيفية أداء تلك المنتجات لوظائفها بما فيه الكفاية(٢)	٢,٨٢	١,٠٨
٥- تحسنت جودة المنتجات التى أشتريها بصورة مستمرة عبر السنين	٣,٥١	١,١٦
الاتجاهات النفسية للمستهلكين تجاه إستراتيجيات التسعير		
١- أسعار معظم المنتجات التى أشتريها مُغَالَى فيها(٢)	٢,٤٠	١,١٢
٢- يمكن للشركات والمؤسسات تقاضى أسعار أقل وتظل مع ذلك تحقق أرباحًا(٢)	١,٧٨	٠,٩٤
٣- تعد معظم الأسعار معقولة إذا أخذنا فى الاعتبار التكلفة العالية التى يتحملها المنتجون	٢,٨٧	١,١٨
٤- معظم الأسعار مناسبة	٢,٦٦	١,٠٨
٥- بصفة عامة أنا راضٍ عن الأسعار التى أدفعها	٢,٨٣	١,١٣
الاتجاهات النفسية للمستهلكين تجاه إستراتيجيات الترويج		
١- بصفة عامة معظم الإعلانات مزعجة جدًا(٢)	٢,٧٤	١,٢٥
٢- تحمل معظم الإعلانات ادعاءات كاذبة(٢)	٢,١٣	١,٠٧
٣- سيكون المستهلكون فى حال أفضل إذا ألغيت معظم الإعلانات(٢)	٣,١٣	١,٢٢
٤- أستمتع بالغالبية العظمى من الإعلانات	٢,٧٧	١,٢٤
٥- المقصود من معظم الإعلانات هو الخداع وليس إعطاء المعلومات(٢)	٢,٨٢	١,٢٢

تابع - جدول رقم (٣):

الجوانب المختلفة لعناصر المزيج التسويقى	الوسط الحسابى[1]	الانحراف المعيارى
الاتجاهات النفسية للمستهلكين تجاه إستراتيجيات التوزيع		
١- معظم المحلات التجارية تخدم عملاءها جيدًا	٣,٠٤	١,١٨
٢- الطريقة التى يعاملنى بها العاملون فى متاجر التجزئة غير طيبة[2]	٣,٣٠	١,١٣
٣- معظم رجال البيع بمتاجر التجزئة متعاونون جدًا مع الزبائن	٣,٢٦	١,٠٩
٤-عندما أحتاج إلى المساعدة فى متجر التجزئة فمن المعتاد ألا أكون قادرًا على الحصول عليها[2]	٣,٠٣	١,١٤
٥- تقدم معظم متاجر التجزئة الخدمة المناسبة لعملائها	٣,٣٢	١,٠١

١- المقياس المستخدم هو: ١= غير موافق بالمرة (اتجاهات سلبية تمامًا)، ٢= غير موافق (اتجاهات سلبية)، ٣= غير متأكد (اتجاهات غير محددة)، ٤= موافق (اتجاهات إيجابية)، ٥= موافق تمامًا (اتجاهات إيجابية جدًا).

٢- أدخلت الأرقام الكودية لهذه العبارات بطريقة عكسية بالحاسب الآلى لتكون جميع الإجابات فى اتجاه واحد (الاتجاه الإيجابى) وذلك طبقًا لتوصية مصممى المقياس من أجل توحيد القياس وسهولة الحكم على النتائج.

ثانيًا : هل تختلف الاتجاهات النفسية للمستهلكين السعوديين تجاه الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال فى السوق السعودية عن الاتجاهات النفسية للمستهلكين العرب المقيمين من غير السعوديين ؟ وإن اختلفت فبأى صورة تختلف ؟

للإجابة عن هذا السؤال قمنا بالمقارنة بين اتجاهات المستهلكين السعوديين والمستهلكين العرب المقيمين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بصفة عامة باستخدام اختبار ت (t-test)؛ نظرًا لوجود عينتين مأخوذتين من مجتمعين مستقلين ، ويعرض الجدول رقم (٤) نتائج هذا الاختبار. يتضح من بيانات الجدول رقم (٤) أن اتجاهات المقيمين

العرب بصفة عامة نحو الإستراتيجيات التسويقية الحالية تميل إلى أن تكون غير محددة فى حين تميل اتجاهات السعوديين إلى السلبية ، وأن هناك فروقًا معنوية بين اتجاهات المجموعتين ، وينطبق ذلك على الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال ككل وكذلك على كل من الإستراتيجيات الأربعة لعناصر المزيج التسويقى على حدة (قيمة ألفا α فى جميع الحالات إما أقل من ٠,٠٥ أو أقل من ٠,٠٠١). كما نلاحظ أيضًا أن أقل وسط حسابى للاتجاهات نحو الإستراتيجيات التسويقية داخل كل مجموعة هو الوسط الخاص بالاتجاهات نحو إستراتيجيات التسعير ، وهذا يعنى أن المجموعتين تنظر إلى إستراتيجيات التسعير بسلبية كبيرة على السواء مقارنة باتجاهاتهم نحو الإستراتيجيات التسويقية الأخرى يلى ذلك الوسط الحسابى للاتجاهات نحو إستراتيجيات الترويج بالنسبة للمجموعتين أيضًا .

جدول رقم (٤) : مقارنة بين الاتجاهات النفسية للمستهلكين السعوديين والمستهلكين العرب المقيمين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بالسوق السعودية

الإستراتيجية	الوسط الحسابى[1]		ت (τ)	مستوى المعنوية (α)
	السعوديون	العرب المقيمون		
الإستراتيجية ككل	٢,٨٨١٢	٣,٠٥٨٥	٤,١٣٧-	٠,٠٠٠
إستراتيجيات المنتجات	٣,٢٠٥٦	٣,٣٩٩١	٣,٨١٣-	٠,٠٠٠
إستراتيجيات التوزيع	٢,٤٥٦٢	٢,٥٨٩٨	٢,٤١٣-	٠,٠١٦
إستراتيجيات الترويج	٢,٦٨١٩	٢,٨٣٠٦	٢,٣٦٨-	٠,٠١٨
إستراتيجيات التوزيع	٣,١٣١٧	٣,٣٧٣٤	٣,٩٧٦	٠,٠٠٠

(١) ١= اتجاهات سلبية تمامًا، ٢= اتجاهات سلبية، ٣= اتجاهات غير محددة، ٤= اتجاهات إيجابية، ٥= اتجاهات إيجابية جدًا.

ثالثًا: هل تختلف الاتجاهات النفسية للمستهلكين عامة فى المناطق الرئيسية الثلاث بالسوق السعودية (الشرقية ، الوسطى ، الغربية) نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بصفة عامة ؟ وهل تختلف اتجاهات المناطق الثلاثة نحو الإستراتيجيات الخاصة بكل عنصر من عناصر المزيج التسويقى على حدة ؟ وإن اختلفت فبأى صورة تختلف ؟

من أجل الإجابة عن هذا السؤال قمنا بإجراء تحليل التباين الأحادى الاتجاه one-way ANOVA باستخدام الاتجاهات النفسية كمتغير تابع والمنطقة الجغرافية كمتغير مستقل، وفى حالة الحصول على قيمة ذات معنوية عند مستوى ألفًا α = ٠,٠٥ على الأقل فى اختبار ف (F) فقد استخدمنا اختبار "أقل الفروق معنوية Least Significant Difference (LSD)" لتحديد كل منطقتين توجد بين اتجاهاتها النفسية فروق معنوية . يتضح من الجدول رقم (٥) الذى يعرض نتائج هذا التحليل أن هناك فروقًا معنوية بين قاطنى المناطق الثلاثة فيما يتعلق باتجاهاتهم النفسية نحو نوعين فقط من الإستراتيجيات هما إستراتيجيات التسعير (عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠) وإستراتيجيات الترويج (عند مستوى معنوية ٠,٠٨٥) . وهذا يعنى أن قاطنى المناطق الثلاثة ينظرون إلى كل من إستراتيجيات المنتجات والتوزيع تقريبًا بنفس المعيار حيث يعتبرون غير متأكدين (اتجاهات غير محددة) ، فمتوسطات المناطق الثلاثة فيما يتعلق بالمنتجات تتراوح بين (٢,٩٣ - ٢,٩٨) فى حين تتراوح هذه المتوسطات حول ٣,١٧ - ٣,٢٢ فيما يتعلق بإستراتيجيات التوزيع .

ومن حيث إستراتيجيات التسعير نجد أنه بالرغم من ميل الاتجاهات النفسية للمناطق الثلاثة إلى السلبية (المتوسطات الحسابية للاتجاهات النفسية للمناطق الثلاثة أقل من ٣) إلا أن المنطقة الغربية (المتوسط =

٢,٨٠) أقل سلبية من المناطق الأخرى ؛ حيث إن الوسط الحسابى لها أكبر (أفضل) من المتوسطين الحسابيين للمنطقتين الأخريين اللتين تتقارب اتجاهاتهما كثيرًا نحو إستراتيجيات التسعير (٢,٤٣ ، ٢,٤٥) ، ونلاحظ وجود فروق معنوية بين كل من المنطقتين الشرقية والغربية وبين كل من المنطقتين الوسطى والغربية .

وفيما يتعلق بالاتجاهات النفسية نحو إستراتيجيات الترويج ، فهى تميل إلى السلبية فى المناطق الثلاثة ولكنها أكثر سلبية فى المنطقة الوسطى بالمقارنة بالمناطق الأخرى مع وجود فروق معنوية بين المنطقتين الشرقية والوسطى فى هذا الخصوص عند مستوى معنوية (٠,٠٥) طبقًا لاختبار LSD .

جدول رقم (٥) - تحليل التباين للاتجاهات النفسية للمستهلكين فى المناطق الرئيسية الثلاثة بالمملكة نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال

الإستراتيجية	الوسط الحسابى[1]	ف (F)	مستوى الدلالة (α)	الفروق المعنوية بين المناطق تبعًا لاختبار LSD (أقل من ٠,٠٥)
الإستراتيجية ككل	الشرقية ٢,٩٣١٤ الوسطى ٢,٩٢٦٩ الغربية ٢,٩٨٣١	٠,٦٥٤	غير معنوية	لا توجد فروق معنوية بين أى منطقتين على حدة.
إستراتيجيات المنتجات	الشرقية ٣,٢٥١٤ الوسطى ٣,٢٧٨٥ الغربية ٣,٢٢٥٥	٠,٣٤١	غير معنوية	لا توجد فروق معنوية بين أى منطقتين على حدة.
إستراتيجيات التسعير	الشرقية ٢,٤٣٤١ الوسطى ٢,٤٥٠٠ الغربية ٢,٨٠١٩	١٢,٧٢٠	٠,٠٠٠	وجود فروق معنوية بين المنطقتين الشرقية والغربية وبين المنطقتين الوسطى والغربية.
إستراتيجيات الترويج	الشرقية ٢,٧٩٦٥ الوسطى ٢,٦٦٩٤ الغربية ٢,٧٩٨١	٢,٤٦٨	٠,٠٨٥	وجود فروق معنوية بين المنطقتين الشرقية والوسطى .
إستراتيجيات التوزيع	الشرقية ٣,١٧٢٣ الوسطى ٣,٢٢٩٤ الغربية ٣,١٧٠٩	٠,٥١٦	غير معنوية	لا توجد فروق معنوية بين أى منطقتين على حدة.

(١) ١= اتجاهات سلبية تمامًا، ٢= اتجاهات سلبية، ٣= اتجاهات غير محددة، ٤= اتجاهات إيجابية، ٥= اتجاهات إيجابية جدًا .

رابعًا : هل تختلف الاتجاهات النفسية للمستهلكين فى السوق السعودية عامة وفى كل منطقة جغرافية على حدة نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال ككل ونحو إستراتيجية كل عنصر فى المزيج التسويقى باختلاف خصائصهم الديموغرافية ؟ وما هى الفروق المعنوية إن وجدت ؟

١- تحليل الاتجاهات النفسية تبعًا للجنس (النوع) :

تم إجراء اختبار ت (t) لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق معنوية بين الاتجاهات النفسية لكل من الذكور والإناث فى السوق السعودية ككل نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال ، وبعد ذلك تمت إعادة نفس التحليل مع التركيز على كل منطقة جغرافية على حدة . ويعرض الجدول رقم (٦) نتائج هذه التحاليل .

يظهر من الجدول (٦) أن الاتجاهات النفسية للذكور فى السوق السعودية ككل أفضل قليلاً من الاتجاهات النفسية للإناث نحو الإستراتيجيات التسويقية ككل ونحو جميع الإستراتيجيات الفردية لعناصر المزيج التسويقى ماعدا إستراتيجيات التوزيع ، حيث يبدو أن الاتجاهات النفسية للإناث نحوها (٣,٢٧٥٩) أفضل قليلاً من مثيلاتها للذكور (٣,١٨١٠) . ومن الملاحظ وجود فروق معنوية بين اتجاهات الذكور والإناث عند مستويات تتراوح بين أقل من ٠,٠٠١ وأقل من ٠,١٠ فيما يتعلق بجميع الإستراتيجيات ماعدا الفروق فى الاتجاهات نحو إستراتيجية التوزيع التى وجدت غير معنوية . كما يشير الجدول أيضًا إلى أن الاتجاهات النفسية لكل من الذكور والإناث نحو إستراتيجيات المنتجات وإستراتيجيات التوزيع أفضل قليلاً من اتجاهات المجموعتين نحو باقى الإستراتيجيات التسويقية .

أما فيما يتعلق باتجاهات المستهلكين الذكور والإناث فى كل من المناطق الجغرافية الرئيسية الثلاثة بالسوق السعودية فنستطيع الوصول إلى الاستنتاجات التالية :

أ - تميل الاتجاهات النفسية للإناث فى جميع المناطق إلى السلبية بصورة أكبر من الاتجاهات النفسية للذكور بالنسبة لجميع الإستراتيجيات التسويقية ما عدا إستراتيجيات التوزيع حيث يحدث العكس . ويمكن تفسير ذلك بما لدى المرأة من خبرة أكبر فى التسوق عن الرجل والمعايير الأكثر صرامة التى تضعها نصب عينيها عند الحكم على الممارسات التسويقية لمنشآت الأعمال ، بينما تحمل المرأة فى نفسها شعوراً أكثر إيجابية من الرجل لأنشطة التوزيع بسبب الاهتمام الذى تلقاه فى الأسواق السعودية نتيجة لحساسية وضعها فى المجتمع السعودى .

ب - لا تتصف الفروق بين اتجاهات الذكور والإناث بالمعنوية إلا فى المنطقة الوسطى ، أما فى المنطقتين الشرقية والغربية بصفة عامة فمعظم الفروق غير معنوية ، وربما يرجع ذلك إلى تقارب وجهات نظر الأزواج والزوجات أكثر فى المنطقتين الشرقية والغربية عنها فى المنطقة الوسطى .

ج - نلاحظ أن أكثر الفروق معنوية توجد فى معظم المناطق فيما يتعلق بإستراتيجيات التسعير والتى تحمل فى نفس الوقت أقل متوسطات الاتجاهات بين كل إستراتيجيات التسويق، ويرجع ذلك إلى التفاوت الكبير فى أسعار السلعة نفسها أو الخدمة المباعة فى محلات التجزئة البديلة فى معظم أسواق المملكة رغم عدم اختلاف الخدمات الأخرى المصاحبة للمنتج المبيع . وقد يكون للنجاح الكبير الذى حققته بعض

محلات الخصم بالمنطقة الشرقية ضلع فى وجود الفرق المعنوى بين اتجاهات الرجال والنساء هناك ، حيث تعد هذه المحلات مرجعًا سعريًا للنساء عند التسوق .

د - الاتجاهات النفسية لكل من الذكور والإناث نحو إستراتيجيات المنتجات وإستراتيجيات التوزيع أفضل قليلاً من اتجاهات المجموعتين نحو باقى الإستراتيجيات التسويقية فى كل من المناطق الجغرافية الثلاثة .

جدول رقم (٦) : اختبارات ت للاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الاستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال تبعاً لجنس مفردات العينة

المنطقة	الجنس	الوسط الحسابية[1] وقيم ت (t)				
		الإستراتيجيات التسويقية ككل	إستراتيجيات المنتجات	إستراتيجيات التسعير	إستراتيجيات الترويج	إستراتيجيات التوزيع
السوق ككل	ذكور	٢,٩٥٩٠	٣,٢٩٥٤	٢,٥٥٤٦	٢,٧٥٢٥	٣,١٨١٠
	إناث	٢,٨٥٦٨	٣,١٦١١	٢,٣٠٩٢	٢,٦٤٠٧	٣,٢٧٥٩
	∝/t	٢,١٨٤ (٠,٠٢٩)	٢,٤٧٧ (٠,٠١٣)	٤,٣٤٢ (٠,٠٠٠)	١,٦٦٨ (٠,٠٩٦)	-١,٤٤٠ (غ)[٢]
المنطقة الشرقية	ذكور	٢,٩٥١٠	٣,٢٨٧٧	٢,٤٨١١	٢,٧٩٣٣	٣,١٥٥٢
	إناث	٢,٨٥٧٥	٣,١٢٩٤	٢,٣٦٢٥	٢,٨٠٧٨	٣,٢٣٢٠
	∝/t	١,٠٤٣ (غ)	١,٦٠٥ (غ)	١,٩٩٥ (٠,٠٤٧)	-٠,١٢٢ (غ)	-٠,٦٧٧ (غ)
المنطقة الوسطى	ذكور	٢,٩٦٤٤	٣,٣١٦٨	٢,٥٢٨٥	٢,٧١٧٠	٣,٢١٣٥
	إناث	٢,٨٢١١	٣,١٦٥٧	٢,٢٢٣٨	٢,٥٢٦٥	٣,٢٧٧٦
	∝/t	٢,٥٠٠ (٠,٠١٣)	٢,٠٥١ (٠,٠٤١)	٤,٣٠٠ (٠,٠٠٠)	٢,٠٦٤ (٠,٠٤٠)	-٠,٧٢٠ (غ)
المنطقة الغربية	ذكور	٢,٩٥٦٣	٣,٢٣١٢	٢,٨١٠٠	٢,٧٩٢٤	٣,١١٤٣
	إناث	٣,٠٦٢٥	٣,٢٠٠٠	٢,٧٥٨٣	٢,٨٠٠٠	٣,٣٢٠٠
	∝/t	-٠,٩٣٤ (غ)	٠,٢٢٢ (غ)	٠,٣٤٠ (غ)	-٠,٠٤٦ (غ)	-١,٣٣٨ (غ)

(١) ١= اتجاهات سلبية تمامًا ، ٢= اتجاهات سلبية، ٣= اتجاهات غير محددة، ٤= اتجاهات إيجابية ، ٥= اتجاهات إيجابية جدًا.

(٢) غ = غير معنوية.

٢- تحليل الاتجاهات النفسية تبعًا للمستوى التعليمى :

نظرًا لأن مفردات العينة موزعون على خمسة مستويات تعليمية فقد تم إجراء تحليل التباين الأحادى عليها ، كما تم استخدام اختبار (أقل الفروق معنوية LSD) فى حالة الحصول على قيمة ذات معنوية فى اختبار ف (F) وذلك لتحديد المستويات التعليمية التى توجد بينها فروق معنوية عند مستوى ألفا أقل من ٠,٠٥ ، ويوضح جدول رقم (٧) نتائج تحليل التباين بينما يشتمل جدول رقم (٨) على نتائج اختبارات LSD بين كل مستويين تعليميين على حدة .

بفحص النتائج الإحصائية المبينة بالجدولين (٧) و (٨) نستطيع الوصول إلى الاستنتاجات الآتية :

أ- على الرغم من عدم وجود فروق معنوية فى اتجاهات المستهلكين ذوى المستويات التعليمية المختلفة نحو الإستراتيجيات التسويقية ككل إلا أن فحص الاتجاهات النفسية نحو إستراتيجيات المزيج التسويقى كلٍ على حدة يكشف أن هناك فروقًا معنوية فى الاتجاهات فى السوق السعودية ككل نحو كل من إستراتيجيات التسعير وإستراتيجيات الترويج .

ب- إستراتيجيات الترويج هى أكثر أنواع الإستراتيجيات التسويقية التى تختلف فيها اتجاهات المستهلكين ذوى المستويات التعليمية المتنوعة اختلافًا ذا دلالة إحصائية على مستوى السوق السعودية ككل . ومن المثير للانتباه فى هذا الخصوص أن الوسط الحسابى لاتجاهات فئة الأقل من الثانوية العامة هو أصغر المتوسطات بين جميع الفئات التعليمية ، وهذا يعنى أن هذه الفئة من الأفراد تحمل أكثر الاتجاهات سلبية بين المستهلكين فى السوق ككل تجاه إستراتيجيات الترويج ،

وتحتمل هذه النتيجة أحد تفسيرين أو كليهما معًا وهما أن الرسائل الإعلانية والترويجية فى وسائل الإعلام المختلفة تتجاهل هذه الفئة أو تخاطبها بطريقة غير مناسبة، والتفسير الثانى هو أن الوعى الاستهلاكى وثقافة السوق اللذين يتكونان لدى الأفراد مستقلان عن النظام التعليمى الحالى .

ج - بالرغم من أن قيم (ف) التى نتجت عن تحليل التباين الأحادى لاتجاهات مستهلكى المنطقة الشرقية ذوى المستويات التعليمية المختلفة نحو الإستراتيجيات التسويقية بصفة عامة ونحو إستراتيجيات الترويج غير معنوية إلا أن اختبار LSD قد أفصح عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية (ألفا أقل من ٠,٠٥) بين بعض الفئات التعليمية كما هو موضح بالجدولين أعلاه .

د - ليست هناك فروق معنوية فى اتجاهات المستهلكين ذوى المستويات التعليمية المختلفة فى المنطقة الشرقية نحو جميع الإستراتيجيات ماعدا إستراتيجيات التسعير ، وبفحص المتوسطات الحسابية لاتجاهات المستويات التعليمية المختلفة نحو إستراتيجيات التسعير نلاحظ توزيعًا يشبه المنحنى الطبيعى، فالفئة الأقل من الثانوية العامة فى هذه المنطقة لها اتجاه سلبى نحو إستراتيجيات التسعير ثم تتحسن هذه الاتجاهات مع فئتى الثانوية العامة والدبلوم الفنى ولكن المتوسطات تعود إلى الانخفاض مع فئتى الشهادات الجامعية والدراسات العليا .

هـ - لا توجد فروق معنوية بين اتجاهات مستهلكى المنطقة الوسطى ذوى المستويات التعليمية المختلفة نحو جميع الإستراتيجيات التسويقية ماعدا إستراتيجيات الترويج . وبالرغم من أن جميع الفئات التعليمية تحمل اتجاهات تميل إلى السلبية فإن الفئات الأقل تعليمًا تحمل اتجاهات أكثر سلبية من الفئات الأعلى تعليمًا .

جدول رقم (٧) : نتائج تحليل التباين للاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال تبعاً للمستوى التعليمي لمفردات العينة

المنطقة	التعليم[1]	الإستراتيجيات التسويقية ككل		إستراتيجيات المنتجات		إستراتيجيات التسعير		إستراتيجيات الترويج		إستراتيجيات التوزيع	
		الوسط الحسابي[2]	ف α	الوسط الحسابي	ف	الوسط الحسابي	ف	الوسط الحسابي	ف	الوسط الحسابي	ف
السوق ككل	(١)	٢,٨٦٣٣	٠,٩١٦	٣,٢٦١٧	٠,٢٤٠	٢,٦٣٤٧	٢,٢٨٤	٢,٤٢٦٠	٤,٩٠٣	٣,٢٧٥٨	٠,٦٨٤
	(٢)	٢,٩٥٦٥	(غ)[3]	٣,٢٨٧٧	(غ)	٢,٥٢٠٦	(٠,٠٥٩)	٢,٧٤٥٢	(٠,٠٠١)	٣,٢٤٦٠	(غ)
	(٣)	٣,٠٠٠٠		٣,٢٢١٩		٢,٥٦٥٧		٢,٦٨٩٦		٣,٢٠٩٠	
	(٤)	٢,٩٤٢٥		٣,٢٤٦٩		٢,٤٤٥٩		٢,٨١٦١		٣,١٧٥١	
	(٥)	٢,٨٧٨٦		٣,٢٩٦٨		٢,٣٥٦٧		٢,٧٣٧٥		٣,١١٤٨	
المنطقة الشرقية	(١)	٢,٨٤٦٢	١,٩٥٣	٣,١٧١٤	١,٥٠٢	٢,٥٢٠٠	٢,٥٠٠	٢,٤٩٣٣	١,٨٢٧	٣,١٦٥٥	١,٠٥٦
	(٢)	٢,٩٦٦٤	(غ)	٣,٢٠٠٠	(غ)	٢,٥٦٢٣	(٠,٠٤٤)	٢,٨٩٨٦	(غ)	٣,١٨٢٦	(غ)
	(٣)	٣,٢٤٠٠		٣,٥١٧٦		٢,٥٦٦٧		٢,٩٧٦٥		٣,٣١١١	
	(٤)	٢,٨٧١٧		٣,٢٢٥٠		٢,٣٤٨٨		٢,٧٧٣٦		٣,٠٨٣١	
	(٥)	٢,٩٤١٧		٣,٤٤٤٤		٢,٠٩٤٧		٢,٨٢١١		٣,٤٦٦٧	
المنطقة الوسطى	(١)	٢,٨٨٤٦	٠,٦٩٩	٣,٣٦٨٩	١,٩٥٢	٢,٥٩٥٣	٠,٧٠٣	٢,٣٥٣٢	٣,٥٩٨	٣,٣١٧٤	١,٧٥٧
	(٢)	٢,٩٤٦٢	(غ)	٣,٣٤٨٦	(غ)	٢,٤٥١٤	(غ)	٢,٦٣٦٣	(٠,٠٠٧)	٣,٣٢٣٥	(غ)
	(٣)	٢,٨٥٤٧		٣,٠٣٦٨		٢,٤٨٧٨		٢,٥٣٦٦		٣,١٥٠٠	
	(٤)	٢,٩٦١٧		٣,٢٦٦٣		٢,٤١٤١		٢,٨٠٧١		٣,٢٢٤٩	
	(٥)	٢,٨٣٢٨		٣,٢٧٢٢		٢,٣٩٣٩		٢,٨٠٧١		٢,٩٦٧٦	
المنطقة الغربية	(١)	٢,٨٤٢٣	٠,٧٩٠	٣,١٤٠٠	٠,٥٧٩	٢,٨٥٨٣	٠,٢٣٧	٢,٥٥٤٥	١,١١٢	٣,٣٩٤٧	٠,٣٧١
	(٢)	٢,٩٧٢٩	(غ)	٣,٢٧٨٦	(غ)	٢,٦٩٦٠	(غ)	٢,٧٧٧٨	(غ)	٣,١٢٤١	(غ)
	(٣)	٣,١٥٠٠		٣,٤٤٤٤		٢,٨٥٤٥		٢,٨٤٤٤		٣,٣٦٦٧	
	(٤)	٣,٠٢٩٣		٣,٢١١١		٢,٨٢٧٨		٢,٩٥٠٠		٣,١٦٩٢	
	(٥)	٢,٩٣٣٣		٣,٠٧٥٠		٢,٨٢٥٠		٢,٦٧٥٠		٢,٩٦٦٧	

١- (١) أقل من الثانوية، (٢) أنهى المرحلة الثانوية، (٣) دبلوم فنى بعد الثانوية، (٤) شهادة جامعية، (٥) ماجستير/دكتوراه.

٢- ١= اتجاهات سلبية تماماً، ٢= اتجاهات سلبية، ٣- اتجاهات غير محددة، ٤= اتجاهات إيجابية، ٥= اتجاهات إيجابية جداً.

٣- غ = غير معنوية

جدول رقم (٨) : نتائج اختبارات LSD للفروق بين الاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بحسب المستوى التعليمى

المنطقة	الفئات التعليمية التى توجد بينها فروق معنوية عند مستوى ألفا أقل من ٠,٠٥				
	الإستراتيجيات التسويقية ككل	إستراتيجيات المنتجات	إستراتيجيات التسعير	إستراتيجيات الترويج	إستراتيجيات التوزيع
السوق ككل	ـــــــ	ـــــــ	(١) و (٤) (١) و (٥)	(١) و (٢) (١) و (٣) (١) و (٤) (١) و (٥)	ـــــــ
الشرقية	(١) و (٣) (٣) و (٤)	ـــــــ	(١) و (٥) (٢) و (٤) (٢) و (٥) (٣) و (٥)	(١) و (٢) (٢) و (٣)	ـــــــ
الوسطى	ـــــــ	(١) و (٣) (٢) و (٣) (٣) و (٤)	ـــــــ	(١) و (٤) (١) و (٥) (٣) و (٤)	(١) و (٥) (٢) و (٥)
الغربية	ـــــــ	ـــــــ	ـــــــ	ـــــــ	ـــــــ

و- بالرغم من أن قيمة (ف) التى نتجت عن تحليل التباين الأحادى لاتجاهات مستهلكى المنطقة الوسطى ذوى المستويات التعليمية المختلفة نحو إستراتيجيات التوزيع غير معنوية ، إلا أن اختبار LSD قد أفصح عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية (ألفا أقل من ٠,٠٥) بين بعض الفئات التعليمية كما هو موضح بالجدولين أعلاه .

ز - جميع قيم (ف) التى نتجت عن تحليل التباين الخاص باتجاهات قاطنى المنطقة الغربية غير معنوية بالنسبة لجميع الإستراتيجيات التسويقية عامة وخاصة ، كما لا توجد فروق معنوية بين اتجاهات المستهلكين من الفئات التعليمية المختلفة نحو تلك الإستراتيجيات .

إن عدم وجود فروق معنوية بين اتجاهات الفئات التعليمية المختلفة نحو معظم الإستراتيجيات التسويقية يرجح الأخذ بالتفسير الثانى الذى جاء ذكره أعلاه وهو أن الوعى الاستهلاكى وثقافة السوق اللذين يتكونان لدى الأفراد مستقلان عن النظام التعليمى الحالى .

٣- تحليل الاتجاهات النفسية تبعًا للسن :

تم تقسيم المستهلكين فى السوق السعودية ككل وفى كل من المناطق الجغرافية الثلاثة إلى ثلاثة فئات عمرية هى (١) أقل من (٢٦) عامًا (٢) ٢٦ - ٤٥ عامًا (٣) أكبر من (٤٥) عامًا بحيث يوجد فى كل فئة عمرية عدد كاف من المفردات للتحليل . وبناء عليه قمنا بإجراء تحليل التباين الأحادى واستخدام اختبار LSD فى تحديد الفئات العمرية التى توجد فروق معنوية بين اتجاهاتها . ويشتمل الجدولين (٩) و (١٠) على النتائج التى يمكن أن توصلنا للاستنتاجات التالية :

أ- تزداد اتجاهات المستهلكين سلبية نحو الإستراتيجيات التسويقية كلما كبروا فى السن وذلك فى جميع المناطق الجغرافية ماعدا المنطقة الغربية حيث يحدث العكس .

جدول رقم (٩) : نتائج تحليل التباين للاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بحسب السن

المنطقة	فئات العمر	الإستراتيجيات التسويقية ككل		إستراتيجيات المنتجات		إستراتيجيات التسعير		إستراتيجيات الترويج		إستراتيجيات التوزيع	
		الوسط الحسابى[1]	ف (α)	الوسط الحسابى	ف (α)	الوسط الحسابى	ف (α)	الوسط الحسابى	ف (α)	الوسط الحسابى	ف (α)
السوق ككل	أقل من ٣٦	٣,٠٠٨٠	٣,٦٧٥	٣,٣٣٦٩	٢,٨١٣	٢,٦٢٥٨	٤,١٤١	٢,٨١٦٨	٥,٤٠٠	٣,٢٢٢٦	٣,٨٨٦
	٢٦-٤٥	٢,٩٣٠٩	(٠,٠٢٦)	٣,٢٥٣٩	(٠,٠٦١)	٢,٤٥٣٦	(٠,٠١٦)	٢,٧٣٠٧	(٠,٠٠٥)	٣,١٩٧٢	(٠,٠٢١)
	أكبر من ٤٥	٢,٨١٨٨		٣,١٤٧٠		٢,٤٨٤٦		٢,٤٨٧١		٣,٠٥١٩	
المنطقة الشرقية	أقل من ٣٦	٣,٠٥١٧	٢,٥١٩	٣,٣٣٣٣	١,١١٢	٢,٧٠٧٠	٨,٧٢٠	٢,٩٤٩٣	٢,٥٣٨	٣,٢٣٣٨	٠,٢٥٨
	٢٦-٤٥	٢,٨٩١٦	(٠,٠٨٣)	٣,٢٢٥٦	(غ)٢	٢,٢٩٠٦	(٠,٠٠٠)	٢,٧٥٠٤	(٠,٠٨١)	٣,١٨١٧	(غ)
	أكبر من ٤٥	٢,٨٠٢٩		٣,١٢٢٢		٢,٣٥٧٩		٢,٥٧٦٥		٣,٠٨٨٩	
المنطقة الوسطى	أقل من ٣٦	٢,٩٩١٦	٢,٥٢٦	٣,٣٣٨١	٢,٧٩٤	٢,٥١٧٢	٠,٥٤٤	٢,٧٥٨٨	٢,٩٩٧	٣,٤٠٨٣	٤,٩٢٢
	٢٦-٤٥	٢,٩٣٧٦	(٠,٠٨٢)	٣,٢٩١٦	(٠,٠٦٢)	٢,٤٣٩٣	(غ)	٢,٦٨١٧	(٠,٠٥١)	٣,٢١٥٥	(٠,٠٠٨)
	أكبر من ٤٥	٢,٧٨٧٠		٣,٠٩٦٣		٢,٤٢٠٤		٢,٤٣٩٣		٣,٠١٤٨	
المنطقة الغربية	أقل من ٣٦	٢,٩١٩٢	٠,٤٤٠	٣,٣٤٤٤	١,٤٢٩	٢,٩٣٧٥	١,٣١١	٢,٥٨٩٥	١,٧٠٧	٣,٢٢١١	٠,٠٩٠
	٢٦-٤٥	٢,٩٧٧٥	(غ)	٣,١٦٣٩	(غ)	٢,٧٤٥٥	(غ)	٢,٨٧٢٠	(غ)	٣,١٥١٤	(غ)
	أكبر من ٤٥	٣,١٠٨٣		٣,٤٣٦٤		٣,٠٤٠٠		٢,٥٨٣٣		٣,٢٠٠٠	

١- ١= اتجاهات سلبية تمامًا، ٢= اتجاهات سلبية، ٣- اتجاهات غير محددة، ٤= اتجاهات إيجابية، ٥= اتجاهات إيجابية جدًا.

٢- غ = غير معنوية

جدول رقم (١٠) : نتائج اختبارات LSD للفروق بين الاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بحسب السن

المنطقة	الفئات التعليمية التى تتواجد بينها فروق معنوية عند مستوى ألفا أقل من ٠,٠٥				
	الإستراتيجيات التسويقية ككل	إستراتيجيات المنتجات	إستراتيجيات التسعير	إستراتيجيات الترويج	إستراتيجيات التوزيع
السوق ككل	(١) و (٣)	(١) و (٣)	(١) و (٢)	(١) و (٣) (٢) و (٣)	(١) و (٣)
المنطقة الشرقية	ـــــ	ـــــ	(١) و (٢) (١) و (٣)	ـــــ	ـــــ
المنطقة الوسطى	(١) و (٣)	(١) و (٣) (٢) و (٣)	ـــــ	(١) و (٣) (٢) و (٣)	(١) و (٢) (١) و (٣)
المنطقة الغربية	ـــــ	ـــــ	ـــــ	ـــــ	ـــــ

ب- تدل اختبارات (ف) التى تمت على بيانات المنطقة الغربية على عدم معنوية الفروق بين اتجاهات المستهلكين نحو جميع الإستراتيجيات التسويقية عامة وفردية ، مما يعنى عدم ارتباط الاتجاهات النفسية نحو الإستراتيجيات التسويقية بسن الأفراد فى تلك المنطقة . ويمكن تفسير ذلك بانفتاح المنطقة الغربية على العالم الخارجى أكثر من المناطق الأخرى بالمملكة وما يترتب على ذلك من إتاحة الفرصة للمستهلكين من مختلف الأعمار فى تلك المنطقة للاختلاط بمختلف الجنسيات الوافدة للمملكة لأغراض الحج والعمرة والتجارة وحضور المؤتمرات وتبادل المعلومات معهم .

ج- من جدول (١٠) يتضح أن هناك تباينًا ذا دلالة إحصائية بين اتجاهات فئتين عمريتين على الأقل نحو الإستراتيجيات التسويقية ككل ونحو كل إستراتيجية من إستراتيجيات المزيج التسويقى على حدة فى السوق السعودية ككل .

د- نستنتج من جدول (١٠) أيضًا أن الفروق بين اتجاهات الصغار فى السن والكبار فى السن ، وخاصة المجموعتين الأولى (أقل من ٢٦ سنة) والثالثة (أكبر من ٤٥ سنة) معنوية فى أغلب الإستراتيجيات فى السوق السعودية ككل . وهذا يعكس الفرق فى اتجاهات جيلين مختلفين يرى فيها الجيل الأكبر سنًا سلبية أكثر فى الإستراتيجيات التسويقية الحالية.

هـ- الاتجاهات النفسية للفئات العمرية الثلاثة بالمنطقة الشرقية لا توجد بينها فروق معنوية فيما يتعلق بجميع الإستراتيجيات التسويقية ماعدا الإستراتيجيات السعرية، حيث إن الفئة العمرية أقل من (٢٦) سنة تنظر بسلبية أكثر إلى تلك الإستراتيجيات بالمقارنة بالفئتين الأكبر فى السن والفروق فى الاتجاهات بينها معنوية (ألفا = ٠,٠٠٠) . ويمكن تفسير ذلك بالانفتاح الجزئى للمنطقة الشرقية على العالم الخارجى ، حيث تمثل تلك المنطقة المنفذ الشرقى للمملكة على العالم بالإضافة إلى تأثير شركة أرامكو السعودية الموجودة منذ وقت طويل فى المنطقة على ثقافة واتجاهات قاطنيها .

و- الفئات العمرية الثلاثة بالمنطقة الوسطى - على النقيض من الفئات العمرية بالمنطقة الشرقية - لا يوجد بين اتجاهاتها نحو الإستراتيجيات السعرية أية فروق معنوية بينما توجد فروق معنوية فى حين توجد الفئات الأصغر سنًا واتجاهات الفئات الأكبر سنًا نحو جميع الإستراتيجيات الأخرى .

ز- لا توجد أية فروق معنوية بين اتجاهات أية فئتين عمريتين على حدة تجاه جميع الإستراتيجيات التسويقية .

٤- تحليل الاتجاهات النفسية تبعًا للوظيفة :

نظرًا لتعدد الوظائف بصورة كبيرة تؤدى إلى تفتت النتائج عند التحليل فقد قمنا بتقسيم الوظائف إلى ثلاثة مجموعات متجانسة على قدر المستطاع كالآتى :

المجموعة (١) : مجموعة القطاع الحكومى وتضم موظفى الحكومة وجنود وضباط الشرطة والمباحث والقوات المسلحة .

المجموعة (٢) : مجموعة القطاع الخاص وتشمل موظفى القطاع الخاص ورجال الأعمال والفنيين والمهنيين .

المجموعة (٣) : مجموعة غير العاملين وتضم ربات البيوت والطلاب والمتقاعدين والمستهلكين بلا عمل .

ثم أجرينا سلسلة من تحاليل التباين باستخدام الوظيفة كمتغير تابع ، والتى تظهر نتائجها فى جدولى (١١) و (١٢) . يتضح من النتائج التى يتضمنها هذان الجدولان ما يلى :

أ- اتجاهات المجموعة الأولى من أصحاب الوظائف الحكومية على مستوى السوق السعودية ككل أكثر سلبية تجاه جميع الإستراتيجيات التسويقية بالمقارنة باتجاهات المجموعتين الأخريين من أصحاب الوظائف الأخرى. وكما يتضح من الجدول رقم (١٢) فإن الفروق فى اتجاهات المجموعة الأولى (موظفى الحكومة) واتجاهات المجموعة الثانية

(موظفى القطاع الخاص وأصحاب الأعمال) معنوية بالنسبة لجميع الإستراتيجيات ماعدا إستراتيجيات التوزيع .

ب- بمقارنة نتائج السوق السعودية ككل بنتائج المنطقة الشرقية نجد أن الوضع فى المنطقة الشرقية يختلف، فقيم (ف) التى حصلنا عليها من سلسلة تحاليل التباين كلها غير معنوية ، وهذا يعنى أنه لا توجد فروق معنوية بين اتجاهات المجموعات الوظيفية الثلاثة فيما يتعلق بجميع الإستراتيجيات التسويقية ، مما يتضح معه عدم ارتباط الاتجاهات النفسية نحو الإستراتيجيات التسويقية الأربعة بالوظيفة فى المنطقة الشرقية . غير أن اختبارات LSD أظهرت فروقًا معنوية فى حالتين من بين (١٥) حالة إحداهم بين اتجاهات المجموعة الأولى (موظفى الحكومة) الأكثر سلبية واتجاهات المجموعة الثانية (منسوبى القطاع الخاص ، أصحاب أعمال وموظفون) نحو إستراتيجيات المنتجات والثانية بين اتجاهات المجموعة الثانية (منسوبى القطاع الخاص) الأكثر سلبية واتجاهات المجموعة الثالثة (غير العاملين) نحو إستراتيجيات التوزيع . ويعنى ذلك فى الحالة الأولى عدم رضا موظفى الحكومة عن سياسات المنتجات والضمان والخدمة والجودة التى يتبعها المنتجون بالمقارنة ، أكثر من منسوبى القطاع الخاص ربما بسبب انخفاض دخول المجموعة الأولى بالمقارنة بدخول المجموعة الثانية . أما فى الحالة الثانية فقد يلاقى المتقاعدون من كبار السن وربات البيوت من النساء - بطبيعة السن مع الكبار والنوع مع النساء - معاملة أفضل من العاملين بمحلات التجزئة بالمقارنة بأفراد المجموعة الثانية مما يؤدى إلى سلبية اتجاهات المجموعة الثانية .

جدول رقم (١١) : نتائج تحليل التباين للاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بحسب الوظيفة

المنطقة	فئات العمر	الإستراتيجيات التسويقية ككل		إستراتيجيات المنتجات		إستراتيجيات التسعير		إستراتيجيات الترويج		إستراتيجيات التوزيع	
		الوسط الحسابى[١]	ف (α)	الوسط الحسابى	ف (α)	الوسط الحسابى	ف (α)	الوسط الحسابى	ف (α)	الوسط الحسابى	ف (α)
السوق ككل	(١) القطاع الحكومى	٢,٨٧٢٨	٣,٤٠٤	٣,١٥٧٠	٥,٨٧٤	٢,٤٣٥١	٣,٢٥١	٢,٦٥٠٦	٣,٤٦٤	٣,١٣٩٤	١,٥٦٣
	(٢) القطاع الخاص	٢,٩٩٠٣	(٠,٠٣٤)	٣,٣٣٥١	(٠,٠٠٣)	٢,٥٦٩٧	(٠,٠٣٩)	٢,٨١١٧	(٠,٠٣٢)	٣,٢١٥٦	(غ)
	(٣) غير العاملين	٢,٩١٥٩		٣,٢٩٢١		٢,٤٤٣٤		٢,٦٧١٧		٣,٢٧٣٣	
المنطقة الشرقية	(١) القطاع الحكومى	٢,٨٨٥٣	٠,٦٥٣	٣,١١٨٦	٢,١١٥	٢,٣٥٩٣	١,٣٣٨	٢,٦٤٦٧	١,٧٢٧	٣,١٦١٩	٢,٢٠١
	(٢) القطاع الخاص	٢,٩١٧٧	(غ)	٣,٣٢٥٠	(غ)	٢,٤٠٧٥	(غ)	٢,٨٣١٨	(غ)	٣,٠٧٥٠	(غ)
	(٣) غير العاملين	٣,٠٠٠		٣,٢٣٨٦		٢,٥٥٦٤		٢,٨٨٦٧		٣,٣٤٩١	
المنطقة الوسطى	(١) القطاع الحكومى	٢,٨٥١٦	٤,٢٥٤	٣,١٦٩٤	٣,٣٣٠	٢,٣٢٧٨	٨,٠٨٢	٢,٥٩٧٢	٣,٢٦٩	٣,١٤٦٢	١,٨١٠
	(٢) القطاع الخاص	٣,٠٣٣٣	(٠,٠١٥)	٣,٢٤٣٦	(٠,٠٣٧)	٢,٦١٣٩	(٠,٠٠٠)	٢,٧٨٨٥	(٠,٠٣٩)	٣,٣٠٨٢	(غ)
	(٣) غير العاملين	٢,٨٧٢٨		٣,٣٣٩٨		٢,٣٥٢٩		٢,٥٥٥٣		٣,١٩٠٤	
المنطقة الغربية	(١) القطاع الحكومى	٢,٩٣٥٩	٠,٩١٣	٣,١٦٦٧	٠,٨٧٧	٢,٨٥٠٠	٠,٧٥٤	٢,٨٠٨٠	٠,٧٢٨	٣,٠٨٧٠	١,٣٢٨
	(٢) القطاع الخاص	٣,٠٤٧٥	(غ)	٣,٢٢٨٦	(غ)	٢,٨٠٠٠	(غ)	٢,٨٤٦٥	(غ)	٣,٢١٣٣	(غ)
	(٣) غير العاملين	٢,٨٨٥٧		٣,٢٠٠٠		٢,٥٨١٨		٢,٥٦٩٢		٣,٤٣٦٤	

١- ١= اتجاهات سلبية تمامًا، ٢= اتجاهات سلبية، ٣= اتجاهات غير محددة، ٤= اتجاهات إيجابية، ٥= اتجاهات إيجابية جدًا.

جدول رقم (١٢) : نتائج اختبارات LSD للفروق بين الاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بحسب السن

المنطقة	الفئات التى توجد بينها فروق معنوية عند مستوى ألفا أقل من ٠,٠٥				
	الإستراتيجيات التسويقية ككل	إستراتيجيات المنتجات	إستراتيجيات التسعير	إستراتيجيات الترويج	إستراتيجيات التوزيع
السوق ككل	(١) و (٢)	(١) و (٢) (١) و (٣)	(١) و (٢)	(١) و (٣)	ــــــ
المنطقة الشرقية	ــــــ	(١) و (٢)	ــــــ	ــــــ	(٢) و (٣)
المنطقة الوسطى	(١) و (٣) (٢) و (٣)	(١) و (٢)	(١) و (٣) (٢) و (٣)	(١) و (٣) (٢) و (٣)	ــــــ
المنطقة الغربية	ــــــ	ــــــ	ــــــ	ــــــ	ــــــ

ج- من الملاحظ وجود نمط واحد يغلب على اتجاهات المجموعات الوظيفية الثلاثة عبر جميع الإستراتيجيات التسويقية تقريبًا فالمجموعتان الأولى (موظفى الحكومة) والثالثة (غير العاملين) تحملان دائمًا اتجاهات أكثر سلبية نحو الإستراتيجيات التسويقية المختلفة .

د- من الملاحظ عدم وجود فروق معنوية بين اتجاهات الفئات الوظيفية الثلاثة بالمنطقتين الشرقية والغربية فيما يتعلق بالإستراتيجيات التسويقية الأربع ، فى حين توجد فروق معنوية بين اتجاهات الفئات الثلاثة فى المنطقة الوسطى فيما يتعلق بجميع الإستراتيجيات ماعدا إستراتيجيات التوزيع .

٥- تحليل الاتجاهات النفسية تبعًا للدخل الشهرى للأسرة :

تمت إعادة تقسيم فئات الدخل للمستهلكين إلى ثلاثة فئات كالآتى : (١) أقل من (٦٠٠٠) ريال شهريًا (٢) من (٦٠٠٠) إلى أقل من (١٢٠٠٠) ريال شهريًا (٣) (١٢٠٠٠) ريال فأكثر شهريًا وذلك لتبسيط التحليل ، ويضم الجدولان (١٣) و (١٤) نتائج تحاليل التباين الأحادى واختبارات أقل الفروق معنوية على التوالى . تشير النتائج الواردة فى هذين الجدولين إلى الآتى :

أ- وجود فروق معنوية فى اتجاهات المستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية بصفة عامة ونحو جميع إستراتيجيات المزيج التسويقى ما عدا إستراتيجيات الترويج . ومن الملاحظ أن الاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو جميع الإستراتيجيات التسويقية تزداد سلبية كلما ازداد الدخل الشهرى للأسرة .

ب- هناك فروق معنوية بين الاتجاهات النفسية للمستهلكين ذوى فئات الدخل المختلفة تجاه جميع الإستراتيجيات التسويقية ماعدا إستراتيجيات الترويج، وهم فى ذلك يشبهون إلى حد كبير الاتجاه العام فى السوق السعودية ككل، كما نلاحظ عمومًا أن فئة الدخل الثانية (ذات الدخل المتوسط) تحمل اتجاهات نفسية أكثر إيجابية من الفئتين الأخريين (ذات الدخل الأقل والأعلى) نحو جميع الإستراتيجيات التسويقية فيما عدا إستراتيجيات المنتجات .

ج- هناك فروق معنوية بين الاتجاهات النفسية لفئات الدخل المختلفة بالمنطقة الوسطى تجاه جميع الإستراتيجيات ، كما نلاحظ أن الاتجاهات النفسية للمستهلكين تزداد سلبية كلما ازداد الدخل الشهرى لأسرهم .

د- تشير نتائج التحليل الخاص بمستهلكى المنطقة الغربية إلى عدم وجود أية فروق معنوية فى اتجاهات الفئات الداخلية المختلفة تجاه جميع الإستراتيجيات التسويقية ، ويعنى هذا عدم ارتباط الاتجاهات النفسية للمستهلكين فى المنطقة الغربية بدخولهم الشهرية ، وقد يرجع ذلك إلى تنوع مصادر دخول أهل المنطقة الغربية وارتباط ذلك بتنوع وظائفهم بالإضافة إلى اشتغال الكثير منهم بالتجارة وخاصة حول الحرمين الشريفين .

٦- تحليل الاتجاهات النفسية تبعاً للحالة الاجتماعية :

هـ- نظرًا لصغر أعداد المطلقين والأرامل فى العينة فقد اقتصر التحليل على فئتى العزاب والمتزوجين وتمت المقارنة بينهما . يشتمل الجدول رقم (١٥) على نتائج تحليل الفروق بين الأوساط الحسابية لاتجاهات هاتين الفئتين نحو الاستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بالسوق السعودية ، ويتضح من هذه النتائج أن الحالة الاجتماعية للمستهلكين غير مرتبطة باتجاهاتهم نحو الإستراتيجيات التسويقية بصفة عامة ونحو كل عنصر من عناصر المزيج التسويقى ماعدا حالتين فقط حيث توجد فروق معنوية بين اتجاهات العزاب والمتزوجين فى المنطقة الشرقية تجاه إستراتيجيات التسعير (رغم انخفاض الوسطين الحسابيين لهما عن ٣) وفى المنطقة الوسطى تجاه استراتيجيات التوزيع (رغم ارتفاع الوسطين الحسابيين لهما عن ٣) ، وفى كلتا الحالتين فإن اتجاهات المتزوجين أكثر سلبية من اتجاهات العزاب . ففى الحالة الأولى يشعر المتزوجون بوطأة الأسعار أكثر من العزاب ، لأنهم (المتزوجين) مسئولون عن أسرة كاملة، وهذا صحيح فى جميع

المناطق ولكن ما يجعل الفرق فى الاتجاهات معنويًا فى المنطقة الشرقية هو نجاح بعض محلات الخصم هناك فى توفير تشكيلة كبيرة من البضائع بأسعار مناسبة تتفق ودخول المتزوجين وتعد أسعارًا مرجعية لهم .

٧- تحليل الاتجاهات النفسية تبعًا لحجم الأسرة :

يبين الجدولان (١٦) و (١٧) نتائج سلسلة تحاليل التباين للاتجاهات النفسية للمستهلكين تجاه الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بالسوق السعودية وبالمناطق الثلاثة الرئيسية بالمملكة تبعًا لحجم الأسرة (بما فيه المستجيب) . تشير بيانات هذين الجدولين إلى ما يلى :

أ- تدل نتائج اختبارات (ف) على عدم وجود فروق معنوية بين اتجاهات المستهلكين ذوى الأحجام الأسرية المختلفة بالسوق السعودية نحو الإستراتيجيات التسويقية بصفة عامة ، ويتضح من ذلك عدم وجود علاقة بين الحالة الاجتماعية والاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو إستراتيجيات التسويق ككل .

ب- إذا فحصنا الفروق فى الاتجاهات نحو الإستراتيجيات الفردية الأربعة للمزيج التسويقى، نجد أنها جميعًا غير معنوية فيما عدا ثلاث حالات :

(١) هناك فروق معنوية بين الأسر الصغيرة الحجم (١-٤ أفراد) والأسر الكبيرة نسبيًا (٩-١٢ فردًا) ، وكذلك بين الأسر المتوسطة الحجم (٥-٨ أفراد) والأسر الكبيرة نسبيًا (٩-١٢ فردًا) فى المنطقة الشرقية تجاه إستراتيجيات الأسعار ، غير أن اتجاهات الأسر الأصغر حجمًا أكثر سلبية من اتجاهات الأسر الأكبر حجمًا ، ولعل ذلك يرجع إلى توفر فرص شراء أفضل للأسر الكبيرة الحجم بالمنطقة الشرقية من أسواق الجملة بصورة أكبر من أية منطقة أخرى .

جدول رقم (١٣) : نتائج تحليل التباين للاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بحسب الدخل الشهري للأسرة

المنطقة /	فئات العمل[1]	الإستراتيجيات التسويقية ككل		إستراتيجيات المنتجات		إستراتيجيات التسعير		إستراتيجيات الترويج		إستراتيجيات التوزيع	
		الوسط الحسابي[2]	ف (α)	الوسط الحسابي	ف (α)	الوسط الحسابي	ف (α)	الوسط الحسابي	ف (α)	الوسط الحسابي	ف (α)
السوق ككل	(١)	٢٫٩٧٩٦	٦٫٣٠٢	٣٫٣٢١٤	٨٫١٤٢	٢٫٥٨٩٩	٨٫٥٠٣	٢٫٧٢٤٧	١٫٣٦٣	٣٫٢٨٦٦	٦٫٧١٧
	(٢)	٢٫٩٤٣٤	(٠٫٠٠٢)	٣٫٢٦٩٠	(٠٫٠٠٠)	٢٫٤٤٦٩	(٠٫٠٠٠)	٢٫٧٨٧٨	(غ)	٣٫١٨٠٥	(٠٫٠٠١)
	(٣)	٢٫٧٩٠٦		٣٫٠٧٥٠		٢٫٣٢٥٩		٢٫٦٤٣٧		٣٫٠١٩٣	
المنطقة الشرقية	(١)	٢٫٩٣١٠	٣٫٠٠٧	٣٫٢٩٧٣	٣٫٨٨٨	٢٫٤٧٩٢	٣٫٥٣٧	٢٫٧٤٠٩	١٫٢٧٢	٣٫١٥٨٦	٣٫٣٦٠
	(٢)	٣٫٠٤٦٩	(٠٫٠٥٢)	٣٫٢٧٤٣	(٠٫٠٢٢)	٢٫٤٩٢٧	(٠٫٠٣١)	٢٫٩٤٠٠	(غ)	٣٫٣٩٥٠	(٠٫٠٣٧)
	(٣)	٢٫٦٩٧٦		٢٫٩٣٠٨		٢٫٠٩١٧		٢٫٨٧٢٠		٢٫٨٨٠٠	
المنطقة الوسطى	(١)	٣٫٠٣٤٨	٧٫٩٩٩	٣٫٣٦٨٢	٥٫٦٥٦	٢٫٦٠١٢	٨٫١٩٧	٢٫٧٤٦٥	٣٫١٧٦	٣٫٤١٥٢	١٠٫٠٠٣
	(٢)	٢٫٨٩٨٥	(٠٫٠٠٠)	٣٫٢٧٢٩	(٠٫٠٠٤)	٢٫٣٥٥٦	(٠٫٠٠٠)	٢٫٦٩٥٦	(٠٫٠٤٣)	٣٫١١٢٧	(٠٫٠٠٠)
	(٣)	٢٫٧٦٥٥		٣٫٠٩٨٠		٢٫٢٩٤٩		٢٫٤٩٢٥		٣٫٠٢٨٤	
المنطقة الغربية	(١)	٢٫٩٣٧٠	١٫٠٧٤	٣٫٢٤٠٠	٠٫١٨٧	٢٫٨٣٤٥	٠٫١٨١	٢٫٦٤٣٦	٢٫٧٠٥	٣٫٢١٠٥	٠٫٢٦٤
	(٢)	٢٫٩٩٥٢	(غ)	٣٫٢٤٦٢	(غ)	٢٫٧٥٣٨	(غ)	٢٫٩٤٨١	(غ)	٣٫١٣٣٣	(غ)
	(٣)	٣٫١٢٩٢		٣٫١٥٠٠		٢٫٧٦٠٠		٢٫٩٩١٧		٣٫٠٩٥٢	

١- (١) أقل من ٦٠٠٠ ريال شهريًا، (٢) من ٦٠٠٠ إلى أقل من ١٢٠٠٠ ريال شهريًا، (٣) ١٢٠٠٠ ريال فأكثر شهريًا.

٢- ١= اتجاهات سلبية تمامًا، ٢= اتجاهات سلبية، ٣= اتجاهات غير محددة، ٤= اتجاهات إيجابية، ٥= اتجاهات إيجابية جدًا.

جدول رقم (١٤) : نتائج اختبارات LSD للفروق بين الاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بحسب دخل الأسرة

المنطقة	الفئات التي توجد بينها فروق معنوية عند مستوى ألفا أقل من ٠٫٠٥ [1]				
	الإستراتيجيات التسويقية ككل	إستراتيجيات المنتجات	إستراتيجيات التسعير	إستراتيجيات الترويج	إستراتيجيات التوزيع
السوق ككل	(١) و (٣) (٢) و (٣)	(١) و (٣) (٢) و (٣)	(١) و (٢) (١) و (٣)	ـــــ	(١) و (٣)
المنطقة الشرقية	(٢) و (٣)	(١) و (٣) (٢) و (٣)	(١) و (٢) (١) و (٣)	ـــــ	(٢) و (٣)
المنطقة الوسطى	(١) و (٢) (١) و (٣)	(١) و (٣) (٢) و (٣)	(١) و (٢) (١) و (٣)	(١) و (٣)	(١) و (٢) (١) و (٣)
المنطقة الغربية	ـــــ	ـــــ	ـــــ	ـــــ	ـــــ

جدول رقم (١٥) : اختبارات (ت) للاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال تبعاً للحالة الاجتماعية

المنطقة	المجموعة	الأوساط الحسابية[1] وقيم ت (t)				
		الإستراتيجيات ككل	إستراتيجيات المنتجات	إستراتيجيات التسعير	إستراتيجيات الترويج	إستراتيجيات التوزيع
السوق السعودية ككل	عزاب	٢,٩٥٧٢	٣,٣٠٧٦	٢,٥٣٤٢	٢,٧٢٩٣	٣,٢٦٨٦
	متزوجون	٢,٩٢١١	٣,٢٤٦٨	٢,٤٧٧٨	٢,٧٢٢٢	٣,١٧٠٥
	(α)/t	٠,٨٥٠ (غ)[2]	١,٢٧٠ (غ)	١,٠٣٨ (غ)	٠,١١٦ (غ)	١,٦٢٤ (غ)
المنطقة الشرقية	عزاب	٢,٩٤٨١	٣,٣٠٦١	٢,٥٧٠٥	٢,٧٢٥٥	٣,١٦٧٠
	متزوجون	٢,٩٠٥٦	٣,٢١١٦	٢,٣٣٧٦	٢,٨٥٣٢	٣,١٦٦١
	(α)/t	٠,٥٦٠ (غ)	٠,٢٦٦ (غ)	٢,٥٤٧٠ (٠,٠١٢)	١,٢٦٥- (غ)	٠,٠٠٨ (غ)
المنطقة الوسطى	عزاب	٢,٩٦٩١	٣,٣٣٤٥	٢,٤٨١٠	٢,٧١٨٣	٣,٣٤٦١
	متزوجون	٢,٩١٠٨	٣,٢٦١٨	٢,٤٣٨٧	٢,٦٤٥٢	٣,١٧٩٨
	(α)/t	٠,٩٦١ (غ)	١,٠٣٥ (غ)	٠,٥٧١ (غ)	٠,٨٣٨ (غ)	١,٩٧٥ (٠,٠٤٩)
المنطقة الغربية	عزاب	٢,٩٣١٦	٣,١٨٣٣	٢,٦٧٦٢	٢,٨٠٠٠	٣,٣٠٨١
	متزوجون	٢,٩٩٨٢	٣,٢٤٧٢	٢,٨٣٨٥	٢,٨٠٢٦	٣,١٢٨٨
	(α)/t	٠,٦٤٧- (غ)	٠,٥١٨- (غ)	١,٠٤٠- (غ)	٠,٠١٥ - (غ)	١,١٣١ (غ)

١- المقياس: ١= اتجاهات سلبية تماماً، ٢= اتجاهات سلبية، ٣= اتجاهات غير محددة، ٤= اتجاهات إيجابية، ٥= اتجاهات إيجابية جداً.

٢- غ = غير معنوية.

جدول رقم (١٦) : نتائج تحاليل التباين للاتجاهات النفسية للمستهلكين
نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال تبعاً لحجم الأسرة

المنطقة	حجم الأسرة	الأوساط الحسابية[1] وقيم ف (F)									
		الإستراتيجيات التسويقية ككل		إستراتيجيات المنتجات		إستراتيجيات التسعير		إستراتيجيات الترويج		إستراتيجيات التوزيع	
		الوسط الحسابى	ف (α)	الوسط الحسابى	ف (α)	الوسط الحسابى	ف (α)	الوسط الحسابى	ف (α)	الوسط الحسابى	ف (α)
السوق ككل	١-٤	٢,٩٤٢١	١,٤٥٢	٣,٢٦٤٠	١,٧٦٧	٢,٤٦٥٩	٠,٥٥٦	٢,٧٥٦٢	١,١٩٤	٣,٢٠١٨	١,٧٢٢
	٥-٨	٢,٩٤٨٩		٣,٢٦٧٢		٢,٥٠٥٢		٢,٧١٩٤		٣,٢٣٣١	
	٩-١٢	٢,٩١١٠	(غ)[2]	٣,٢٨٨٦	(غ)	٢,٥٤٧٨	(غ)	٢,٧٠٤٢	(غ)	٣,٢٠٣٠	(غ)
	+١٣	٢,٧٢٢٧		٢,٩٧٧٨		٢,٦٠٠٠		٢,٤٦١٥		٢,٨٨٠٠	
المنطقة الشرقية	١-٤	٢,٩٣١٩	٠,٠١٣	٣,٢٤٣١	٠,٢٣١	٢,٣٧٦٩	٣,٤٣٥	٢,٨١١٣	٠,٢٦١	٣,١٤٣٤	١,٤٣٨
	٥-٨	٢,٩٣٥٩		٣,٢٢١٤		٢,٢٩٠٩		٢,٨٣٥٧		٣,٣٥١٩	
	٩-١٢	٢,٩١٦٧	(غ)	٣,٢٩٠٣	(غ)	٢,٧١٨٨	(٠,٠١٨)	٢,٧١٢٥	(غ)	٣,٠٦٤٥	(غ)
	+١٣	٢,٩١٠٠		٣,١١٦٧		٢,٦٩٠٩		٢,٧٠٠٠		٣,٠١٨٢	
المنطقة الوسطى	١-٤	٢,٩٣٩٨	٢,١٠٥	٣,٢٨٢٨	٢,٢٠٣	٢,٤٣٧١	٠,٤٨٩	٢,٧٠٥٧	١,٣٨٥	٣,٢٣٢٤	١,٩٥٠
	٥-٨	٢,٩٤٣٥		٣,٣٠٥٢		٢,٤٨٤٠		٢,٦٨٢٦		٣,٢٢٣١	
	٩-١٢	٢,٨٩٤٠	(٠,٠٩٩)	٣,٢٨٠٠	(٠,٠٨٧)	٢,٣٢٤١	(غ)	٢,٦٤١٤	(غ)	٣,٣٤٨١	(غ)
	+١٣	٢,٥٦٦٧		٢,٨٦٦٧		٢,٤٥٧١		٢,٢٥٧١		٢,٧٧١٤	
المنطقة الغربية	١-٤	٢,٩٨٣٣	٠,٠١٥	٣,٢٣٥٦	٠,١٠٠	٢,٧٦٦٧	٠,٦٦٤	٢,٨٥٤٢	٠,٣٨٠	٣,١٩٦٠	٠,١٣١
	٥-٨	٢,٩٨٦١		٣,١٩٥٧		٢,٨٣٠٤		٢,٧٠٢١		٣,١٢٢٧	
	٩-١٢	٢,٩٥٠٠	(غ)	٣,٣١١١	(غ)	٢,٦٧٥٠	(غ)	٢,٨٦٠٠	(غ)	٣,٢٥٠٠	(غ)
	+١٣	[3]-		[3]-		٣,٦٠٠٠		[3]-		[3]-	

١- ١= اتجاهات سلبية تماماً، ٢= اتجاهات سلبية، ٣= اتجاهات غير محددة، ٤= اتجاهات إيجابية، ٥= اتجاهات إيجابية جداً.
٢- غ = غير معنوية.
٣- أقل من حالتين.

جدول رقم (١٧) : نتائج اختبارات LSD للفروق بين الاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال تبعًا لحجم الأسرة

المنطقة	الفئات التى توجد بينها فروق معنوية عند مستوى ألفا أقل من ٠,٠٥ [1]				
	الإستراتيجيات التسويقية ككل	إستراتيجيات المنتجات	إستراتيجيات التسعير	إستراتيجيات الترويج	إستراتيجيات التوزيع
السوق ككل	(١) و (٤) (٢) و (٤)	(١) و (٤) (٢) و (٤) (٣) و (٤)	ـــــــ	ـــــــ	(١) و (٤) (٢) و (٤)
المنطقة الشرقية	ـــــــ	ـــــــ	(١) و (٣) (٢) و (٣)	ـــــــ	ـــــــ
المنطقة الوسطى	(١) و (٤) (٢) و (٤)	(١) و (٤) (٢) و (٤) (٣) و (٤)	ـــــــ	(١) و (٤)	(١) و (٤) (٢) و (٤) (٣) و (٤)
المنطقة الغربية	. [2]	.	.	.	.

(١) - (١) ١-٤ أفراد (٢) ٥-٨ أفراد (٣) ٩-١٢ فردًا (٤) أكثر من ١٢ فردًا.

(٢)- لم يكن من الممكن إجراء اختبار LSD على بيانات المنطقة الغربية لأن عدد المستجيبين الذين تتكون أسرهم من أكثر من (١٢) فردًا فى العينة كان واحدًا فقط.

(٢) هناك فروق معنوية بين اتجاهات الأسر الصغيرة الحجم (٥-٨ أفراد) واتجاهات الأسر الكبيرة الحجم (أكثر من ١٢ فردًا) ، وكذلك بين اتجاهات الأسر المتوسطة الحجم (٥-٨ أفراد) واتجاهات الأسر الكبيرة الحجم (أكثر من ١٢ فردًا) فى المنطقة الوسطى تجاه الاستراتيجيات التسويقية بصفة عامة، حيث تنظر الأسر الكبيرة إلى الإستراتيجيات التسويقية عمومًا بطريقة أكثر سلبية من الأسر الأصغر حجمًا .

(٣) هناك فروق معنوية بين اتجاهات الأسر الكبيرة الحجم (أكثر من ١٢ فردًا) وبين اتجاهات كل من الأسر ذات الأحجام الثلاثة الأخرى فى المنطقة الوسطى نحو إستراتيجيات المنتجات ، حيث تنظر الأسر الكبيرة إليها بطريقة أكثر سلبية من الأسر الأصغر حجمًا أيضًا .

جـ- فى الاختبارات السبعة عشر الأخرى التى تظهر فيها ف بدون دلالة إحصائية تدل اختبارات LSD على وجود فروق معنوية بين اتجاهات الأسر ذات الأحجام المختلفة كما هو مبين بالجدول (١٧) .

د- تدل النتائج الخاصة بالمنطقة الغربية على عدم وجود فروق معنوية بين اتجاهات الأسر ذات الأحجام المختلفة نحو جميع الإستراتيجيات التسويقية ، غير أنه يجب التنويه إلى أن عدد المستجيبين الذين تتكون أسرهم من أكثر من (١٢) فردًا فى العينة كان واحدًا فقط مما تعذر معه إجراء اختبار LSD على بيانات تلك المنطقة .

٨- تحليل الاتجاهات النفسية تبعًا لعمل الزوجة :

يشتمل الجدول رقم (١٨) على نتائج تحليل الفروق بين الأوساط الحسابية لاتجاهات فئتين من المستهلكين هما (١) الأسر التى يعمل فيها الزوجان (٢) والأسر التى يعمل فيها الزوج فقط نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بالسوق السعودية وذلك باستخدام اختبار ت . نستطيع أن نستخلص النتائج التالية من هذا الجدول :

أ- من الملاحظ بصفة عامة أن الاتجاهات النفسية لأرباب الأسر التى تعمل فيها الزوجة أكثر سلبية من الاتجاهات النفسية لأرباب الأسر التى لا تعمل فيها الزوجة، وربما كان ذلك بسبب تعليم الزوجة وعملها خارج المنزل واطلاعها على مصادر أكثر للمعلومات - بالمقارنة بالزوجة التى لا تعمل - واشتراكها مع الزوج بصورة أكبر فى اتخاذ القرارات الشرائية .

جدول رقم (١٨) : اختبارات (ت) للاتجاهات النفسية للمستهلكين نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال تبعًا لعمل الزوجة

المنطقة	الفئة	الأوساط الحسابية[1] وقيم ت (t)				
		الإستراتيجيات ككل	إستراتيجيات المنتجات	إستراتيجيات التسعير	إستراتيجيات الترويج	إستراتيجيات التوزيع
السوق السعودية ككل	تعمل الزوجة	٢,٨٣٣٢	٣,١١٧٢	٢,٣٦٠٩	٢,٧٠٧٦	٣,٠٨٥١
	لا تعمل الزوجة	٢,٩٥٢٠	٣,٣٠٣٦	٢,٥١٥٢	٢,٧٠٤٢	٣,١٩٧٦
	t	٢,١١١٠-	٢,٨٢١٠-	٢,٢٣٦٠-	٠,٠٤٢	١,٤٥٩٠-
	α	٠,٠٣٥	٠,٠٠٥	٠,٠٢٦	(غ)[2]	(غ)
المنطقة الشرقية	تعمل الزوجة	٢,٩١٠٧	٣,١٩٣٥	٢,٢٥٢٩	٣,٠٩٧٠	٣,٠٧٨٨
	لا تعمل الزوجة	٢,٩٤٠٦	٣,٢٥٨٩	٢,٤٠٠٠	٢,٧٥٤٦	٣,١٨٣٠
	t	٠,٢٦٢٠-	٠,٦١٤٠-	١,٠٨٠٠-	٢,٧١٢٠	٠,٦٣٧٠-
	α	(غ)	(غ)	(غ)	٠,٠٠٨	(غ)
المنطقة الوسطى	تعمل الزوجة	٢,٧٧٥٤	٣,٠٩٣٢	٢,٢٧٤٧	٢,٤٨٣٣	٣,٠٦١٣
	لا تعمل الزوجة	٢,٩٤٥٢	٣,٣١٧٨	٢,٤٩٠٦	٢,٦٨٨٢	٣,٢١٣٩
	t	٢,٢٢٠-	٢,٥٤٢-	٢,٦١١-	١,٨٤٨٠-	١,٤٨٤٠-
	α	٠,٠٢٧	٠,٠١٢	٠,٠١٠	٠,٠٦٦	(غ)
المنطقة الغربية	تعمل الزوجة	٢,٩٠٨٣	٣,٠٩١٧	٢,٧٨٣٣	٢,٨٢٩٦	٣,١٦١٥
	لا تعمل الزوجة	٣,٠١٨١	٣,٣٣٤٩	٢,٨٥١١	٢,٧٠٢٣	٣;١٣٣٣
	t	١,٠٢١٠-	١,٤٣٢٠-	٠,٤٣٣٠-	٠,٧١٠٠	٠,١٥٢٠
	α	(غ)	(غ)	(غ)	(غ)	(غ)

١- المقياس: ١= اتجاهات سلبية تمامًا، ٢= اتجاهات سلبية، ٣= اتجاهات غير محددة، ٤= اتجاهات إيجابية، ٥= اتجاهات إيجابية جدًا.

٢- غ = غير معنوية.

ب- هناك فروق معنوية (من أقل من ٠,٠١ إلى أقل من ٠,٠٥) بين اتجاهات الأفراد ذوى الأسر التى تعمل فيها الزوجة والأفراد ذوو الأسر التى يعمل فيها الزوج فقط فى السوق السعودية ككل نحو جميع الإستراتيجيات التسويقية ما عدا إستراتيجيات الترويج وإستراتيجيات التوزيع .

ج- لا توجد فروق معنوية فى اتجاهات هاتين الفئتين من أرباب الأسر بالمنطقة الشرقية نحو جميع الإستراتيجيات التسويقية ما عدا إستراتيجيات الترويج ، حيث توجد فروق معنوية عند مستوى ألفا أقل من ٠,٠١ ، ويتضح من ذلك عدم ارتباط عمل الزوجة بالاتجاهات النفسية لأرباب الأسر تجاه جميع الإستراتيجيات التسويقية ما عدا إستراتيجيات الترويج .

د- هناك فروق معنوية بين اتجاهات الفئتين من الأسر فى المنطقة الوسطى نحو جميع الإستراتيجيات التسويقية ما عدا إستراتيجيات التوزيع، ولكن اتجاهات أرباب الأسر التى تعمل فيها الزوجة أكثر سلبية من اتجاهات أرباب الأسر التى لا تعمل فيها الزوجة فى كل الحالات .

هـ- لا توجد أية فروق معنوية بين الفئتين من أرباب الأسر بالمنطقة الغربية نحو أى من الإستراتيجيات التسويقية ، وهذا يعنى عدم ارتباط الاتجاهات النفسية للمستهلكين تجاه الإستراتيجيات التسويقية بعمل الزوجة فى تلك المنطقة .

خامسًا : إذا أخذت فى الاعتبار جميع الخصائص الديموغرافية للعينة معًا فما هى الخصائص التى ترتبط ارتباطًا وثيقًا بالاتجاهات النفسية للمستهلكين تجاه الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال أكثر من غيرها؟

للإجابة عن هذا السؤال قمنا بإجراء تحليل الانحدار المتعدد باستخدام عشرة خصائص ديموغرافية لمفردات العينة كمتغيرات مستقلة (وهى الجنس والسن والمستوى التعليمى والوظيفة والدخل الشهرى للأسرة والحالة الاجتماعية وحجم الأسرة وما إذا كانت الزوجة تعمل أم لا والمنطقة الجغرافية للمجيب والجنسية) والوسط الحسابى للاتجاهات النفسية ممثلة فى مؤشر شعور المستهلك تجاه التسويق كمتغير تابع مع استخدام طريقة الانحدار المتدرج Stepwise Regression . وقد أسفر تحليل التباين الخاص بالانحدار عن قيمة تساوى ٦,٨٤٤ للاختبار (ف) وهى معنوية عند مستوى ألفا ٠,٠٠٠ . كما هو موضح بالجدول (١٩-أ) ، كما أظهر التحليل أن هناك ثلاثة متغيرات ديموغرافية ذات ارتباط قوى بالاتجاهات النفسية للأفراد هى الجنسية والسن وما إذا كانت الزوجة تعمل أم لا حيث دلت اختبارات (ت) الفردية للمتغيرات المستقلة أن هذه الخصائص الثلاثة هى المتغيرات الوحيدة ذات الدلالة الإحصائية كما هو موضح بالجدول (١٩-ب). وتشير النتائج إلى أن قيمة معامل التحديد المتعدد (R^2) هى ٠,٠٤٨ أى أن حوالى ٥٪ من التباين فى الاتجاهات النفسية يمكن تفسيره بواسطة الانحدار .

جدول رقم (١٩) - نتائج تحليل الانحدار المتعدد للعلاقة بين الخصائص الديموغرافية للعينة واتجاهاتهم النفسية نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بالسوق السعودية .

جدول (١٩ - أ) تحليل التباين

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى المعنوية	معامل التحديد المتعدد (R^2)
الانحدار	٤,٨٤٦	٣	١,٦١٥	٦,٨٤٤	٠,٠٠٠	٠,٠٤٨
الخطأ	٩٥,١١٢	٤٠٣	٠,٢٣٦			
إجمالى	٩٩,٩٥٨	٤٠٦				

جدول (١٩ - ب) نتائج اختبارات (ت) للمتغيرات المستقلة ذات المعنوية أقل من ٠,٠٥

المتغير	المعامل (b)	معامل بيتا المعيارى	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
الجنسية	٠,١٨٩	٠,١٧٤	٣,٤٨٤	٠,٠٠١
السن	-٠,٠٠٦	-٠,١١٧	-٢,٣٥٢	٠,٠١٩
تعمل الزوجة أم لا	٠,١٠٧	٠,٠٩٩	٢,٠١٩	٠,٠٤٤
ثابت	٢,٧٠٠		٢١,٥١٨	٠,٠٠٠

ويمكن تفسير هذه النتائج فى النقاط التالية :

أ- إذا أخذنا الخصائص الديموغرافية العشرة السابق ذكرها معًا فى الاعتبار فإن الجنسية والسن وعمل الزوجة هم فقط المتغيرات ذات الارتباط القوى بالاتجاهات النفسية للأفراد نحو الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال بالسوق السعودية .

ب- معامل الانحدار المعيارى (بيتا) لكل متغير من المتغيرات المستقلة ذات المعنوية أفضل فى تفسير علاقة هذه المتغيرات بالمتغير التابع

(الاتجاهات النفسية) من معامل الانحدار (b) ؛ لأن معامل بيتا المعيارى يوحد قاعدة القياس بين المتغيرات الثلاثة ويجعل المقارنة بينها ذات معنى .

ج- بناء على ما جاء فى البند (ب) أعلاه يمكن ترتيب المتغيرات الثلاثة المستقلة ترتيبًا تنازليًا بحسب تأثيرها على الاتجاهات النفسية للأفراد كالآتى : (١) الجنسية (٢) السن (٣) عمل الزوجة .

د- هناك علاقة موجبة بين الجنسية والاتجاهات النفسية فى اتجاه الجنسيات العربية غير السعودية ، بمعنى أن الاتجاهات النفسية للمقيمين العرب من غير السعوديين أفضل بمقدار ١٧٤, ٠ وحدة معيارية من الاتجاهات النفسية للمواطنين السعوديين (الترقيم الكودى هو ١ = سعودى، ٢ = عربى غير سعودى) .

هـ- هناك علاقة سالبة بين السن والاتجاهات النفسية بمعنى أن الاتجاهات النفسية للمستهلكين تقل بمقدار ١١٧, ٠ وحدة معيارية عن كل سنة إضافية فى عمر المستهلك .

و- هناك علاقة موجبة بين عمل الزوجة من عدمه والاتجاهات النفسية للمستهلكين فى اتجاه الزوجات غير العاملات بمعنى تحسن الاتجاهات النفسية للمستهلكين الذين لا تعمل زوجاتهم بمقدار ٠٩٩, ٠ وحدة معيارية عن الاتجاهات النفسية للمستهلكين الذين تعمل زوجاتهم (الترقيم الكودى هو ١ = الزوجة تعمل، ٢ = الزوجة لا تعمل) وتعزز هذه النتيجة التفسير الذى قدمناه مسبقًا من حيث تعليم الزوجة وعملها خارج المنزل واطلاعها على مصادر أكثر للمعلومات - بالمقارنة بالزوجة التى لا تعمل - واشتراكها مع الزوج بصورة أكبر فى اتخاذ القرارات الشرائية مما يؤدى فى النهاية إلى وجود تأثير أكبر من جانب الزوجة فى الزوج وميل اتجاهات الزوج نحو الإستراتيجيات التسويقية إلى السلبية .

تفسير النتائج والتوصيات :

تعتبر هذه الدراسة أول دراسة شاملة عن الاتجاهات النفسية للمستهلكين السعوديين والعرب المقيمين بالمملكة العربية السعودية نحو الإستراتيجيات التسويقية للمنشآت العاملة بالسوق السعودية بجميع عناصرها الأربعة وفى المناطق الرئيسية الثلاثة للمملكة فى آن واحد . وقد كشف التحليل الإحصائى عن تباين الاتجاهات النفسية للسعوديين والعرب المقيمين، كما تبين أن هذه الاتجاهات تختلف من منطقة جغرافية لأخرى كما تختلف من عنصر إلى آخر داخل المزيج التسويقى . ولعل أهم درس مستفاد من هذه النتائج هو حاجة مسئولى التسويق إلى عدم النظر إلى السوق السعودية كسوق واحدة متجانسة يتم التعامل معها من خلال مزيج تسويقى واحد واستراتيجية تسويقية واحدة شاملة وإنما يجب تقسيمها إلى عدة أسواق فرعية بحسب الجنسية والمنطقة الجغرافية والخصائص الديموغرافية المختلفة للمستهلكين ، ومن ثم إعداد إستراتيجية تسويقية مستقلة لكل سوق فرعى على حدة بشرط توفر الشروط اللازمة لنجاح سياسة تجزئة السوق وتوقع الشركة تحقيق أهدافها العامة والتسويقية على السواء . وعموما يمكن تلخيص نتائج الدراسة والدروس المستفادة منها فى النقاط التالية :

١- الاتجاهات النفسية للمستهلكين تجاه الإستراتيجيات التسويقية بالسوق السعودية بصفة عامة ليست قوية ، وإنما تميل إلى السلبية وخاصة اتجاهاتهم نحو إستراتيجيات التسعير والترويج ، وهذا يحتاج إلى اهتمام منشآت الأعمال بتحسين ممارساتهم التسويقية وخاصة الممارسات السعرية والترويجية وعدم التركيز فقط على تحقيق أقصى ربح ممكن فى الأجل القصير ، ولكن الاهتمام ببناء صورة ذهنية قوية عن منشآتهم لدى

المستهلكين وتحسين خدماتها لهم قبل وأثناء وبعد البيع مع وضع الإستراتيجيات الملائمة لزيادة الربح فى الأجل الطويل .

٢- الاتجاهات النفسية للمستهلكين السعوديين أكثر سلبية من الاتجاهات النفسية للمستهلكين العرب المقيمين نحو جميع عناصر المزيج التسويقى . وهذه النتيجة تؤكد ضرورة الحاجة إلى قيام منشآت الأعمال بإعداد الإستراتيجيات التسويقية الملائمة للسعوديين والتى تختلف عن الإستراتيجيات التسويقية الخاصة بالعرب من غير السعوديين .

٣- هناك اختلافات جوهرية بين اتجاهات المستهلكين القاطنين فى المناطق الجغرافية الثلاثة نحو إستراتيجيات التسعير (حيث تشتد سلبية الاتجاهات فى كل من المنطقتين الشرقية والوسطى بالمقارنة بالمنطقة الغربية) ونحو إستراتيجيات الترويج (حيث تشتد سلبية الاتجاهات فى المنطقة الوسطى بالمقارنة بالمنطقتين الأخريين) . وهذا الأمر يتطلب من رجال التسويق العمل على تحسين تلك الاتجاهات فى تلك المناطق من خلال عدم المغالاة فى الأسعار وفرض رقابة صارمة على الممارسات السعرية للبائعين فى السوق السعودية عامة وبخاصة فى المنطقتين الشرقية والوسطى وتحسين اتجاهات المستهلكين نحو الإستراتيجيات الترويجية ، وخاصة فى المنطقة الوسطى من خلال التدريب الأفضل لرجال البيع والتزام الأمانة فى الإعلان والارتقاء بمستواه واستخدام الأساليب العلمية الحديثة فى تطويره لمنع الملل من السيطرة على المستهلك عند مشاهدته .

٤- الاتجاهات النفسية للذكور فى السوق السعودية ككل أفضل قليلاً من الاتجاهات النفسية للإناث نحو الإستراتيجيات التسويقية ككل ونحو جميع الإستراتيجيات الفردية لعناصر المزيج التسويقى ماعدا إستراتيجيات

التوزيع، حيث يبدو أن الاتجاهات النفسية للإناث نحوها أفضل قليلاً من مثيلاتها للذكور . وهذا يعنى حاجة رجال التسويق إلى كسب ثقة الإناث وتحسين اتجاهاتهم النفسية خاصة نحو عناصر المنتج والتسعير والترويج فى المزيج التسويقى .

٥- تختلف الاتجاهات النفسية للمستهلكين ذوى المستويات التعليمية المختلفة فى السوق السعودية ككل نحو كل من إستراتيجيات التسعير وإستراتيجيات الترويج . أما على مستوى المناطق فهناك فروق جوهرية فى اتجاهات مستهلكى المنطقة الشرقية ذوى مستويات التعليم المختلفة نحو استراتيجيات التسعير فقط ، كما توجد اختلافات جوهرية فى اتجاهات مستهلكى المنطقة الوسطى ذوى المستويات التعليمية المختلفة نحو كل من استراتيجيات المنتجات وإستراتيجيات الترويج ، أما فى المنطقة الغربية فلا توجد أية فروق جوهرية بين اتجاهات المستهلكين ذوى المستويات التعليمية المختلفة نحو أى من الإستراتيجيات التسويقية . يتطلب هذا الأمر من مسئولى التسويق مراعاة المستويات التعليمية للقطاعات المختلفة للمستهلكين ومخاطبة كل قطاع على حدة من خلال الإعلان بما يتفق ومستواه التعليمى ، وخاصة مستهلكى المنطقة الوسطى . كما يجب أن يهتم مسئولو التسويق بتدريب رجال البيع على الاهتمام بخدمة المستهلك والالتزام بسياسات تسعيرية ثابتة تحترم وعى المستهلك وتعليمه وخاصة فى المنطقة الشرقية .

٦- تزداد اتجاهات المستهلكين سلبية نحو الإستراتيجيات التسويقية كلما تقدموا فى العمر . وتوجد فروق جوهرية بين اتجاهات المستهلكين ذوى الأعمار المختلفة على مستوى السوق السعودية ككل نحو الإستراتيجيات التسويقية بصفة عامة ، أما على مستوى المناطق فإن هذه

الفروق توجد فى اتجاهات مستهلكى المنطقة الشرقية باختلاف أعمارهم نحو الإستراتيجيات التسويقية بصفة عامة ونحو إستراتيجيات التسعير وإستراتيجيات الترويج . أما فى المنطقة الوسطى فهناك اختلافات جوهرية فى اتجاهات ذوى الأعمار المختلفة نحو جميع الإستراتيجيات التسويقية ما عدا إستراتيجيات التسعير مع كون الاتجاهات الأخيرة لجميع المستهلكين مائلة إلى السلبية . ولا توجد اختلافات بين اتجاهات ذوى الأعمار المختلفة فى المنطقة الغربية تجاه أى من الإستراتيجيات التسويقية . تتطلب هذه النتائج من رجال التسويق توجيه اهتمام أكبر للمستهلكين كلما تقدموا فى العمر على مستوى جميع عناصر المزيج التسويقى وإعداد برامج تسويقية خاصة بفئات المستهلكين ذوى الأعمار المختلفة مع التمييز بين كل منها بما يتناسب مع سن أعضائها .

٧- تميل اتجاهات موظفى القطاع الخاص وأصحاب الأعمال إلى أن تكون أكثر إيجابية نسبيًا من اتجاهات موظفى الحكومة وربات البيوت والطلاب والمتقاعدين . وبصفة عامة توجد اختلافات جوهرية بين أصحاب الوظائف المختلفة فى السوق السعودية ككل نحو جميع الإستراتيجيات التسويقية ماعدا إستراتيجيات التوزيع . وعلى مستوى المناطق لا توجد فروق جوهرية بين أصحاب الوظائف فى كل من المنطقتين الشرقية والغربية نحو جميع الإستراتيجيات التسويقية ، أما فى المنطقة الوسطى فتوجد فروق جوهرية بينهم نحو جميع الإستراتيجيات التسويقية ماعدا إستراتيجيات التوزيع . فى هذا الخصوص يستطيع مسئولو التسويق تجزئة السوق بالمنطقة الوسطى بحسب الوظيفة وإعداد الإستراتيجيات التسويقية المناسبة لكل قطاع وظيفى بما يحقق رضا المستهلكين فيه .

٨- تزداد اتجاهات المستهلكين سلبية كلما ارتفعت الدخول الشهرية لأسرهم. وهناك اختلافات جوهرية بين اتجاهات المستهلكين ذوى الدخول الأسرية المختلفة نحو جميع الإستراتيجيات التسويقية فى السوق السعودية ككل وكذلك فى المنطقة الشرقية ماعدا إستراتيجيات الترويج ، ويحدث العكس فى المنطقة الغربية حيث لا توجد فروق بين اتجاهات أصحاب الدخول الأسرية المختلفة نحو جميع الإستراتيجيات إلا إستراتيجيات الترويج . أما فى المنطقة الوسطى فالاختلافات موجودة تجاه جميع الإستراتيجيات . وهذا يعنى أن تأثير الدخل على اتجاهات المستهلكين نحو الأنشطة التسويقية للشركات يوجد داخل المناطق الجغرافية المختلفة بالمملكة ويختلف هذا التأثير من منطقة لمنطقة ومن نشاط تسويقى لآخر ؛ لذا يجب أن تأخذ الإستراتيجيات التسويقية لمنشآت الأعمال هذا التأثير فى الاعتبار .

٩- تميل اتجاهات العزاب والمتزوجين إلى التقارب وإلى عدم وجود اختلافات جوهرية بينها تجاه معظم الاستراتيجيات التسويقية وفى معظم المناطق الجغرافية، لذلك فإن جهود مسئولى التسويق فى تحسين الاتجاهات النفسية للمستهلكين يمكن أن تتم بصرف النظر عن حالتهم الاجتماعية .

١٠- تزداد اتجاهات المستهلكين سلبيةً كلما كبر حجم أسرهم وتميل اتجاهاتهم إلى التقارب وإلى عدم وجود اختلافات جوهرية بينها تجاه معظم الإستراتيجيات التسويقية وفى معظم المناطق الجغرافية . وعلى ذلك فيجب زيادة الاهتمام بالأسر ذات الحجم الكبير والعمل على تلبية احتياجاتها وتحسين اتجاهاتها .

١١- تميل اتجاهات المستهلكين الذين تعمل زوجاتهم إلى السلبية أكثر من الذين لا تعمل زوجاتهم . وتوجد اختلافات جوهرية فى اتجاهات الفئتين نحو الإستراتيجيات التسويقية ككل وإستراتيجيات المنتجات وإستراتيجيات التسعير فى السوق السعودية بصفة عامة . وفى المنطقة الشرقية لا توجد فروق جوهرية فى اتجاهات الفئتين إلا نحو استراتيجيات الترويج . وفى المنطقة الوسطى يحدث العكس حيث توجد فروق جوهرية بين اتجاهات الفئتين نحو جميع الإستراتيجيات الإستراتيجية ماعدا الترويج ، بينما لا توجد أية اختلافات جوهرية بين اتجاهات الفئتين نحو جميع الإستراتيجيات التسويقية فى المنطقة الغربية . ولعل هذه النتيجة تعكس عدم الاهتمام الكافى الذى يوليه مسئولو التسويق بالسوق السعودية حتى الآن للأسر التى تعمل فيها الزوجة مما يتطلب تطوير إستراتيجياتهم التسويقية لتتناسب بعضها مع الظروف التى تعيشُ فيها تلك الأسر .

١٢- عند أخذ جميع الخصائص الديموغرافية معًا نجد أن أكثرها ارتباطًا بالاتجاهات النفسية للمستهلكين هى الجنسية والسن وما إذا كانت الزوجة تعمل على التوالى . وهذه النتيجة تأخذ فى الاعتبار التفاعل الذى يحدث بين عوامل عديدة فى بيئة السوق وما ينتج عن هذا التفاعل من نتائج وتؤكد ضرورة الانتباه لهذه العوامل الثلاثة بصفة خاصة عند وضع الخطط التسويقية بهدف تحقيق ميزة تنافسية للشركة وتحسين الاتجاهات النفسية لعملائها نحوها .

والخلاصة أن هناك حاجة شديدة من جانب مسئولى التسويق فى المنشآت العاملة فى السوق السعودية لرفع كفاءة أنشطتهم التسويقية وفاعليتها ، وخاصة فيما يتعلق بالجوانب العشرين لعناصر المزيج التسويقى التى يضمها الجدول رقم (٣) ، مع الاهتمام بقياس الاتجاهات النفسية

للمستهلكين بصفة دورية والاستفادة من تحليل تلك الاتجاهات فى وضع الخطط التسويقية المناسبة وتعديلها بما يتمشى مع احتياجات السوق . ويراعى الاهتمام بتجزئة السوق السعودية طبقا للموقع الجغرافى وللمتغيرات الديموغرافية ، وخاصة الجنسية والسن وعمل الزوجة حتى تضمن المنشأة بقاءها فى السوق وتعمل على نموها فى المستقبل فى ظل الانفتاح السائد بين أسواق العالم الآن ، وخاصة أن المملكة على وشك الانضمام لمنظمة التجارة العالمية .

من جهة أخرى فإن الدراسات التى يجب القيام بها فى المستقبل فى هذا المجال يمكن أن تأخذ فى الاعتبار الجنسيات الأخرى العاملة بالمملكة من غير العرب ، كما يمكن للباحثين إجراء المقارنة بين اتجاهات سكان المناطق الريفية واتجاهات سكان المناطق الحضرية واتجاهات سكان المناطق البدوية ، هذا بالإضافة إلى الحاجة إلى دراسة الاتجاهات النفسية للأفراد ذوى الخصائص السيكوغرافية المختلفة ، أى ذوى الأساليب المعيشية المختلفة .

المراجع

أولاً - المراجع العربية :

١- أبو جمعة ، نعيم حافظ (١٩٨٦م) . "قياس قدرة المستهلك بدولة الكويت على التعرف على الإعلانات الخادعة" ، **مجلة العلوم التجارية** ، كلية التجارة بجامعة المنوفية ، جمهورية مصر العربية ، السنة الثانية ، العدد الخامس ، يونيو ، ص ٨٥-١٤٣ .

٢- أبو جمعة ، نعيم حافظ (١٩٨٧م/١٤٠٧هـ) . "الخداع الإعلانى وأثره على المستهلك فى دولة الكويت"، **مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية** ، السنة ١٣، العدد ٥٠، أبريل /شعبان ، ص ١٥-٧٣ .

٣- أبو جمعة ، نعيم حافظ (١٩٩٢م) . "مدى التناسق فى إدراك المستهلكين للخداع الإعلانى بدولة الكويت" ، **المجلة العلمية لتجارة الأزهر** ، جمهورية مصر العربية ، العدد ١٨، ص ٢٧٥-٣٣٤ .

٤- إدريس ، ثابت عبد الرحمن (١٩٩٦). "قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات: دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمة الصحية بدولة الكويت"، **المجلة العربية للعلوم الإدارية** ، جامعة الكويت ، المجلد الرابع ، العدد الأول ، ص ٩-٤١ .

٥- إدريس ، ثابت عبد الرحمن والمرسى ، جمال الدين محمد (١٩٩٣م). "قياس جودة الخدمة وتحليل العلاقة بينها وبين كل من الشعور بالرضا والميل للشراء"، **مجلة التمويل والتجارة** ، المجلة العلمية لكلية التجارة بجامعة طنطا ، جمهورية مصر العربية ، السنة ١٣، العدد الأول، ص ١٤٧-٢٠٠ .

٦- الحمد ، فهاد بن معتاد والشهيب ، صالح بن عبد الرحمن (١٩٩١م). "خدمات المستشفيات ... استطلاع انطباعات وآراء المستفيدين"، **مجلة الإدارة العامة** ، معهد الإدارة العامة ، الرياض ، العدد ٧١، محرم ١٤١٢هـ ، يوليه ١٩٩١م ، ص ٧.

٧- بغدادى، عبد الوهاب بن عبد الله (١٤١٢هـ/١٩٩٢م). "مصداقية الإعلان التليفزيونى : دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الملك عبد العزيز"، **مجلة جامعة الملك عبد العزيز : الآداب والعلوم الإنسانية** ، المجلد ٥، ص ٢٧ .

٨- حسن، السيد المتولى (١٤١٠هـ/١٩٩٠م) . **اتجاهات المواطن السعودى نحو الإعلان التلفزيونى : دراسة ميدانية فى مدينة الرياض** ، جامعة الملك سعود ، كلية العلوم الإدارية ، مركز البحوث ، الرياض .

٩- رضوان ، فاروق عبد الفتاح والبحيرى ، سعد صادق (١٩٨٧م). "المركز التنافسى لكل من المنتجات الوطنية والأجنبية فى السوق السعودية"، **مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية** ، العدد ٥٠، السنة ١٣، شعبان ١٤٠٧هـ، أبريل ١٩٨٧م، ص ١١٩ .

١٠- رضوان ، فاروق عبد الفتاح (١٩٩٠). "اتجاهات وآراء المستهلكين نحو المزيج التسويقى لشركات القطاع العام وشركات الاستثمار"، **مجلة التمويل والتجارة** ، المجلة العلمية لكلية التجارة بجامعة طنطا ، جمهورية مصر العربية، السنة ١٠، العدد الأول، ص ٧٥-١٤٤ .

١١- عبد الخالق ، أحمد رأفت زكى (١٩٨٩م). "مستوى خدمات الخطوط السعودية لركاب الرحلات الدولية فى مطار الملك عبد العزيز الدولى بمدينة جدة" ، **مجلة الإدارة العامة** ، معهد الإدارة العامة ، الرياض ، العدد ٦٣، محرم ١٤١٠هـ، أغسطس ١٩٨٩م، ص ٨٩ .

١٢- عبيدات ، محمد إبراهيم (١٩٩٥م- أ). "اتجاهات المرأة الأردنية نحو السلع الاستهلاكية المنتجة محليا بالمقارنة مع مثيلاتها المستوردة"، **مجلة دراسات (العلوم الإنسانية)** ، المجلد ٢١، العدد الثانى، ص ٢١١،

١٣- عبيدات ، محمد إبراهيم (١٩٩٥م- ب). "تحليل اتجاهات ورغبات المستهلكين فى فنادق الخمس نجوم فى الأردن" ، **مجلة دراسات (العلوم الإنسانية)**، المجلد ٢٢، العدد الرابع ، ص ١٩٩٥.

١٤- عبيدات ، محمد إبراهيم (١٩٩٥م- ج). "التنزيلات : حالة دراسية عن الملابس النسائية"، **مجلة دراسات (العلوم الإنسانية)**، المجلد ٢٢، العدد الثانى ، ص ٨٣٧.

١٥- على ، السيد منير حسن (١٩٩٠م). "الصورة الذهنية لدى المستهلكين السعوديين عن السلع الاستهلاكية المصنعة محليا مقارنة بالسلع المستوردة"، **مجلة الإدارة العامة** ، معهد الإدارة العامة ، الرياض ، العدد ٦٨، ربيع الآخر ١٤١١هـ، أكتوبر، ص ١٥١ .

١٦- على ، منير حسن (١٤١٤هـ/١٩٩٤م). "اتجاهات المستهلكين السعوديين نحو الإعلان التجارى : دراسة على المستهلكين فى مدينة جدة"، **مجلة جامعة الملك سعود : العلوم الإدارية** ، المجلد ٦، العدد الأول، ص ٣ .

١٧- على ، منير حسن (١٩٩٥م). "وجهة نظر المستهلكين السعوديين عن الآثار الاجتماعية والاقتصادية للإعلان .. دراسة ميدانية فى مدينة جدة"، **مجلة دراسات (العلوم الإنسانية)**، المجلد ٢٢، العدد ٤، ص ١٨٥٣ .

١٨- غنيم، أحمد إبراهيم (١٩٩٢م). "تحليل اتجاهات المستهلكين بدولة الإمارات العربية المتحدة نحو أسلوب البيع المباشر للمستهلك بالبريد"، **مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين**، كلية التجارة بجامعة القاهرة، السنة ٣٢، العدد ٤٤، ص ٢٦٥-٣٠٣.

ثانياً - المراجع الأجنبية :

1- Aaker, D. A. and Bruzzone, D. E. (1985). "Causes of Irritation in Advertising, "**Journal of Marketing,** Vol. 49(2) (Spring), pp. 47-57.

2- Akaa, I. P. ; Korgaonkar, P. K. ; and Lund, D. (1995). "Direct Marketing Attitudes," **Journal of Business Research**, Vol. 34, No. 3 (Nov.), pp. 211-219.

3- Alford, B. L. and Engelland, B. T. (2000). "Advertised Reference Price Effects on Consumer Price Estimates, Value Perception, and Search Intention," **Journal of Business Research,** Vol. 48, No. 2, pp. 93-100.

4- Allen, C. T. ; Machleit, K. A. ; and Kleine, S. S. (1992). "A Comparison of Attitudes and Emotions as Predictors of Behavior at Diverse Levels of Behavioral Experience," **Journal of Consumer Research,** Vol. 18, No. 4 (March), pp. 493-504 .

5- Allport, G. W. (1935) "Attitudes," in C. A. Murchinson, ed. , **A Handbook of Social Psychology,** Worcester, MA, Clark University Press, pp. 798-844.

6- Alpert, F. (1993). "Consumer Market Beliefs and their Managerial Implications: An Empirical Examination," **Journal of Consumer Marketing,** Vol. 10, No. 12, pp. 56-70.

7- Babin, L. A. ; Babin, B. J. ; and Boles, J. S. (1999). "The Effects of Consumer Perceptions of the Salesperson, Product, and Dealer on Purchase Intentions," **Journal of Retailing and Consumer Services,** Vol. 6, No. 2 (April), pp. 91-97.

8- Babin, B. ; Boles, J. ; and Griffin, M. (1997). "Very Wary Buyers: Behavior and Emotional Consequences of Ethical Cognition in a Retail Patronage Environments. " **In Enriching Marketing Practice and Education: Proceedings of the Southern Marketing Association,** November, pp. 58-59.

9- Babin, B. ; Griffin, B. M. ; and Boles, J. (1997). "Keeping Your Customers: An Exploratory Investigation of Patronage Loyalty. " **In Proceedings of the AMA Summer Educators Meeting,** August, pp. 251-252.

10- Bernhardt, K. L. ; Donthu, N. , and Kennett, P. A. (2000). "A Longitudinal Analysis of Satisfaction and Profitability," **Journal of Business Research,** Vol. 47, No. 2 (Feb.), pp. 161-171.

11- Bin Saeed, K. S. (1993/1414). **Application of Factor Analysis Technique for Determining the Dimensions of Patient Satisfaction and its Attributes at the University Teaching Hospitals in Riyadh, Saudi Arabia,** Riyadh; King Saud University, College of Administrative Sciences, Research Center.

12- Bowen, D. (2001). "Antecedents of Consumer Satisfaction and Dis-satisfaction (CS/D) on Long-Haul Inclusive Tours," **Tourism Management,** Vol. 22, No. 1 (Feb.), pp. 49-61.

13- Brewer, M. S. ; Sprouls, G. K. ; and Russon, C. (1994). "Consumer Attitudes toward Food Safety Issues," **Journal of Food Safety,** Vol. 14, No. 1, pp. 63-76.

14- Burger, P. C. and Cann, C. W. (1995), "Post-Purchase Strategy: A Key to Successful Industrial Marketing and Customer Satisfaction," **Industrial Marketing Management,** Vol. 24, No. 2 (March), pp. 91-98.

15- Choi, T. Y. and Eboch, K. (1998), "The TQM Paradox: Relations Among TQM Practices, Plant Performance, and Customer Satisfaction," **Journal of Operations Management,** Vol. 17 (Dec.), pp. 59-75.

16- Cronin, J. J. ; Brady, M. K. ; and Hult, G. T. M. (2000). "Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Organizations," **Journal of Retailing,** Vol. 76, No. 2 (July), pp. 193-218.

17- D'Astous, Alain (2000). Irritating Aspects of the Shopping Environment," **Journal of Business Research,** Vol. 49, No. 2, pp. 149-156.

18- DelVecchio, D. (2001). "Consumer Perceptions of Private Label Quality: The Role of Product Category Characteristics and Consumer Use of Heuristics," **Journal of Retailing and Consumer Services,** Vol. 8, No. 5 (Sept.), pp. 239-249.

19- Frazier G. L. and Sheth, J. N. (1985). "An Attitude-Behavior Framework for Distribution Channel Management," **Journal of Marketing,** Vol. 49(3) (Summer), pp. 38-48.

20- Gaski, J. F. and Etzel, M. J. (1986). "The Index of Consumer Sentiment Toward Marketing," **Journal of Marketing ,** Vol. 50, July, pp. 71-81.

21- **Gulf Marketing Review**(1996). Saudi Consumers Are Big on Japan, March, p. 6.

22- Hellofs, L. and Jacobson, R. (1999). "Market Share and Customers' Perceptions of Quality: When Can Firms Grow Their Way to Higher versus Lower Quality?" **Journal of Marketing,** Vol. 63, No. 1 (Jan), pp. 16-25.

23- Hite, R. E. ; Bellizzi, J. A. ; and Andrus, D. M. (1988). "Consumer Versus Dentist Attitudes Toward Dental Services Advertising, **Journal of Health Care Marketing,** 8 (March), PP. 30-38.

24- Johnson, M. D. ; Gustafsson, A. ; Andreassen, T. W. ; Lervik, L. ; and Cha, J. (2000). **The Evolution and Future of National Customer Satisfaction Index Methods**. Working Paper No. WP00-028, the University of Michigan Business School.

25- Juric, B. and Worsley. A. (1998). "Consumers' Attitudes towards Imported Food Products," **Food Quality and Preference,** Vol. 9 (Nov.).

26- Kahn, B. E. (1995). "Consumer Variety-Seeking Among Goods and Services - An Integrative Review," **Journal of Retailing and Consumer Services,** Vol. 2, No. 3 (July), pp. 139-148.

27- Kersnik, J. (2001). "Determinants of Customer Satisfaction with the Health Care System, with the Possibility to Choose a Personal Physician and with a Family Doctor in a Transition Country," **Health Policy,** Vol. 57 (Aug.), pp. 155-164.

28- Loudon, D. L. and Della Bitta, A . J. (1993). **Consumer Behavior-Concepts and Applications,** 4th ed. New York, McGraw-Hill, Inc. , Ch. 13.

29- Magi, A. and Julander, C. (1996). "Perceived Service Quality and Customer Satisfaction in a Store Performance Framework: An Empirical Study of Swedish Gocery Retailers," **Journal of Retailing and Consumer Services,** Vol. 3, No. 1 (Jan.), pp. 33-41.

30- Mitchell, A . (1981). **Changing Values and Lifestyles,** Menlo Park, CA, SRI International.

31- Mohr-Jackson, I. (1998). "Managing a Total Quality Orientation - Factors Affecting Customer Satisfaction, "**Industrial Marketing Management,** Vol. 27, No. 2 (March), pp. 109-125.

32-Moser, H. R. and Reed, L. F. (1998). "An Empirical Analysis of Consumers' Attitudes toward Optometrist Advertising," **Health Marketing Quarterly,** Vol . 15, No. 3 (Feb.), pp. 45-59.

33-Mowen, J. C. (1995). **Consumer Behavior,** 4th ed. , Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall, pp. 309-310.

34- Nguyen, N. and LeBlanc, G. (1996). "Determinants of Customer Satisfaction in a High Contact Face-to-Face Service Setting, "**International Journal of Research in Marketing,** Vol. 13, No. 3 (July), p. 301.

35- Nilsson, L. ; Johnson, M. D. ; and Gustafsson, A. (2001). "The Impact of Quality Practices on Customer Satisfaction and Business Results: Product versus Service Organizations," **Journal of Quality Management** (Oct .).

36- Oh, H. (1999). "Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Value: A Holistic Perspective, "**International Journal of Hospitality Management,** Vol. 18, No. 1 (March), pp. 67-82.

37- Petty, R. ; Ostrom, T. ; and Brock, T. (1981). **Cognitive Responses in Persuasion,** Hillsdale, NJ; Lawrence Erlbaum.

38- Resurreccion, A. V. A. ; Galvez, F. C. F. ; Fletcher, S. M. ; and Misra, S. K. (1995). "Consumer Attitudes toward irradiated Food: Results of a New Study," **Journal of Food Protection** , Vol. 58, No. 2, pp. 193-196.

39- Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. (1999). **Consumer Behavior,** 7th ed. ; Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall,

40- Schur, C. L. and Dorosh, E. (1998). "Attitudes Toward Cost-Containment Features of Managed Care: Differences Among Patient Subgroups," **The American Journal of Managed Care,** Vol. 4, No. 10 (October), pp.

41- Sitzia J. and Wood N. (1997). "Patient Satisfaction: A Review of Issues and Concepts," **Social Science & Medicine,** Vol. 45, pp. 1829-1843.

42- Smith, B. S. (1990). "The Effects of Retail Sales Promotions on Consumer Decision Making Strategies and Attitude-Behavior Consistency," **Developments in Marketing Science,** Vol. XIII, pp. 461-465.

43- Stubenitsky K. and Mela D. J. (2000). "UK Consumer Perceptions of Starchy Foods," **British Journal of Nutrition,** Vol. 83, No. 3 (March), pp. 277-285.

44- Tax, S. S. (1998). "Recovering and Learning from Service Failure," **Sloan Management Review,** Vol. 40, No. 1 (Fall), pp 45-58.

45- Turley, L. W. and Milliman, R. E. (2000). " Atmospheric Effects on Shopping Behavior. A Review of the Experimental Evidence," **Journal of Business Research,** Vol. 49, No. 2 (Aug.), pp. 193-211.

46- Van den Poel, D. and Leunis, J. (1999). "Consumer Acceptance of the Internet as a Channel of Distribution," **Journal of Business Research,** Vol. 45, No. 3 (July), pp. 249-256.

47- van Raaij, W. F. ; Strazzieri, A. ; and Woodside, A. (2001). "New developments in marketing communications and consumer behavior," **Journal of Business Research,** Vol. 53, No. 2 (Aug.), pp. 59-61.

48- Voss, G. B. ; Parasuraman, A. ; and Grewal, D. (1998). "The Roles of Price, Performance, and Expectations in Determining Satisfaction in Service Exchanges," **Journal of Marketing,** Vol. 62, No. 4 (Oct.), pp. 46-61.

49- Wilkie, W. L. (1994). **Consumer Behavior,** 3rd ed. , New York, John Wiley & Sons, p. 304.

50- Williams, J. R. and Hensel, P. J. (1995). "Direct-to-Consumer Advertising of Prescription Drugs," **Journal of Health Care Marketing,** Vol. 15, No. 1 (Spring), 35-41.

51- Wirtz, J. and Bateson, J. E. G. (1999)'.Consumer Satisfaction with Services - Some Preliminary Results, '**Journal of Business Research,** Vol. 44 , No. 1 (Jan .), pp. 55-66.

52- Woodside, A. G. ; Frey, L. L. ; and Daly, R. T. (1989), "Linking Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioral Intention: From General to Applied Frameworks of the Service Encounter," **Journal of Health Care Marketing,** Vol 9 No. 4, pp. 5-17.

53- Yavas, U. Tuncalp, S. (1985). "Saudi Consumers' Attitudes Toward Locally Manufactured Goods," **Journal of International Marketing and Marketing Research,** Vol. 10, No. 1, pp. 23-28.

54- Yuksel, A. and Rimmington, M. (1998) "Customer-Satisfaction Measurement: Performance Counts," **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly,** Vol. 39, No. 6 (Dec.), pp. 60-70.

55- Zikmund ,W. Z. and Zikmund, E. Z. (2000). **Business Research Methods,** 6th ed. , Fort Worth, TX, Harcourt College Publishers, Chapter 8.

تصور مستقبلى لتفعيل التكامل الاقتصادى العربى
(دراسة تحليلية لمعوقاته ووسائل تحقيقه)

الدكتور/ يحيى عبدالغنى أبو الفتوح

أستاذ الاقتصاد المساعد - معهد الإدارة العامة



● دورية الإدارة العامة
● المجلد الثانى والأربعون
● العدد الأول
● محرم ١٤٢٣ هـ
● أبريل ٢٠٠٢ م

تصور مستقبلى لتفعيل التكامل الاقتصادى العربى (دراسة تحليلية لمعوقاته ووسائل تحقيقه)

د . يحيى عبدالغنى أبو الفتوح*

تواجه الدول العربية فى الفترة الحالية والمستقبلية تحديات كبيرة أكثر حدة من تلك التى واجهتها فى الفترات السابقة . فلقد شهدت فترة التسعينيات انهيار منظومة الدول الاشتراكية والتحول إلى الاقتصاد الحر ، وبداية تبلور نظام دولى جديد ، وتغيرات اقتصادية واجتماعية وتنافسية عالمية أدت إلى تحديات للدول العربية . وتتمثل تلك التحديات فى التغيرات الاقتصادية العالمية فى العولمة بكل إرهاصاتها من تحرير التجارة الدولية ، والتقدم التقنى ، والشركات الدولية (متعددة الجنسيات) ، واندماجاتها ، وتدويل الانتاج ، وازدياد قوة التكتلات الاقتصادية العالمية العملاقة بدءًا من الاتحاد الأوروبى إلى النافتا وغيرها . بالإضافة إلى الاتفاقيات العديدة لتنظيم التجارة الدولية وإنشاء منظمة التجارة العالمية . وظهور المشروعات التى تهدف إلى تحقيق اقتصاد عربى أجنبى .

وتعانى الدول العربية بطء الاتجاه إلى تحقيق إحدى صيغ التكامل الاقتصادى ، وتحقق نتائج ضعيفة من تجاربها فى التكامل الاقتصادى على مدار ما يربو على أربعين عامًا .

* أستاذ الاقتصاد المساعد - معهد الإدارة العامة - الرياض .

مشكلة البحث :

نتيجة لكل من التغيرات الاقتصادية العالمية ، وعدم تفعيل السوق العربية المشتركة ، والعمل الاقتصادى الفردى لكل قُطر عربى - يتوقع تحقق آثار سلبية تتجاوز الإطار الاقتصادى فى الدول العربية ؛ مما يستلزم ضرورة إسراع الدول العربية مجتمعة إلى مواجهتها ، والبحث عن صيغة ملاءمة من صيغ التكامل الاقتصادى لمواجهة التحديات وآثارها السلبية . ولقد بدأت فى التسعينيات من جديد أصوات تنادى بضرورة تفعيل السوق العربية المشتركة وإيجاد السبل إلى إحيائها تمثلت فى عقد الندوات والمؤتمرات حول البحث عن الوسائل والخطوات التى تؤدى إلى تفعيلها وتحقيق التكامل الاقتصادى العربى فى ظل الظروف العالمية الراهنة .

أسئلة البحث :

تدور أسئلة البحث حول :

١ - ما التجارب العربية فى التكامل الاقتصادى والدروس المستفادة ؟

٢ - ما معوقات تحقيق تكامل اقتصادى عربى والدروس المستفادة من التجارب العربية فى ذلك؟

٣ - ما متطلبات تحقيق تكتل اقتصادى عربى فى ظل الظروف الراهنة ؟

٤ - كيف يمكن تحقيق النجاح لتكتل اقتصادى عربى ؟

هدف الدراسة :

ينصرف الهدف الرئيسى للدراسة إلى وضع تصور مستقبلى لمتطلبات

تحقيق صيغة للتكامل الاقتصادى العربى لمواجهة الظروف الراهنة ، وذلك من خلال الكشف بشفافية عن الأسباب الحقيقية وراء عدم تفعيل السوق العربية المشتركة أو عدم نجاح أى اتفاقيات لتحقيق مرحلة من مراحل التكامل الاقتصادى وإيجاد منهجية تمكن من تفعيل التكامل الاقتصادى العربى فى صورة تتلاءم مع الواقع العربى والعالمى الراهن .

منهجية البحث :

لتحقيق أهداف البحث اعتمد الباحث على المنهج الوصفى التحليلى حيث اعتمد على أسلوب البحث المكتبى الوصفى التحليلى فى تحليل عدد من البيانات والتقارير والمعلومات ؛ للتعرف على معوقات التكامل الاقتصادى العربى ، والآثار المترتبة منها على اقتصاديات الدول العربية ، والوصول من خلال الاستنباط إلى عدد من النتائج التى ترسم تصورًا لمتطلبات إقامة تكتل اقتصادى عربى ناجح .

أهمية البحث :

تأتى أهمية البحث من :

١ - خطورة المرحلة المقبلة على اقتصاديات الدول العربية نتيجة للتطورات السريعة والمتلاحقة اقتصاديًا وتقنيًا وسياسيًا على المستوى العالمى ، والتى تؤدى إلى انكشاف الاقتصاد العربى بصفة عامة وربما تجعله عرضة لنكسات اقتصادية تؤدى إلى مزيد من الضعف الاقتصادى العربى .

٢ - تتم الدراسة فى الوقت الذى بدأت تصحو من جديد أصوات تنادى

بضرورة البحث عن صيغة مناسبة للتكامل الاقتصادى العربى فى وقت يعانى فيه العالم العربى التفكك والانفرادية على المستوى الاقتصادى والسياسى .

٣- أهمية الكشف عن الآثار المتوقعة من التغيرات الاقتصادية العالمية وضرورة الكشف عن جوانب القصور وأسبابها بشفافية فى محاولات التكامل الاقتصادى العربى لمواجهة تلك الجوانب والأسباب من قبل متخذى القرارات .

خطة البحث :

لتحقيق أهداف البحث تم تقسيم الدراسة على النحو التالى :

المبحث الأول : تقويم تجارب التكامل الاقتصادى العربى .

المطلب الأول : تطورات تجارب الدول العربية فى التكامل الاقتصادى .

المطلب الثانى : تحليل معوقات التكامل الاقتصادى العربى .

المبحث الثانى : تصور لمتطلبات تحقيق التكامل الاقتصادى العربى .

المبحث الأول : تقويم تجارب التكامل الاقتصادى العربى :

تعد ظاهرة التكامل الاقتصادى من الظواهر التى تميز العلاقات الاقتصادية الدولية فى الوقت الراهن ، وأصبحت موضع اهتمام الدول النامية بغرض تحقيق القوة الاقتصادية وأحيانًا السياسية . ولقد تعددت التعريفات باختلاف جوانب التكامل . وعلى كثرة التعريفات كثرت الانتقادات

من قبل الاقتصاديين (Myrdel,1950; Balassa,1961; Kindelberger,1978) . ومن ثم لا يوجد تعريف يتفق عليه بينهم للتكامل ؛ مما ترك الباب مفتوحًا اعتمادًا على وجهة نظر الباحث وهدفه من تناول الموضوع .

ولسنا هنا بصدد استعراض هذه التعريفات وانتقاداتها . ولكن يمكن وضع تعريف للتكامل الاقتصادى لغرض البحث مؤداه : "أنه عملية تحقيق اعتماد متبادل بين اقتصاديات مجموعة من الدول بدرجات مختلفة قائمة على أسس معينة ، مستخدمة فى ذلك مداخل مختلفة بهدف زيادة وتدعيم القدرة الاقتصادية والاجتماعية للدول الأعضاء"

ويلاحظ من التعريف تعدد أشكال التكامل الاقتصادى ، والتى تمثل مراحل تدريجية له تتمثل فى :

١ - النظام التفضيلى .

٢ - المشروعات المشتركة .

٣ - منطقة التجارة الحرة .

٤ - الاتحاد الجمركى .

٥ - السوق المشتركة .

٦ - التكامل الاقتصادى .

ويهدف هذا المبحث إلى تحليل أسباب عدم اكتمال تجارب التكامل الاقتصادى فى الدول العربية ، ومدى تحقيق المرجو منها ، وإلى أين وصلت بالاعتماد على هذه المراحل التدريجية للتكامل الاقتصادى الكامل من خلال المطلبين التاليين .

المطلب الأول : تطورات تجارب التكامل الاقتصادى العربى :

أولاً- النظام التفضيلى (الاتفاقيات التفضيلية) :

تتفق بعض الدول فيما بينها على انتهاج أسلوب المعاملة التفضيلية على تجارتها البينية ، بمعنى اختيارها لمجموعة من الإجراءات الهادفة إلى تشجيع التجارة البينية من خلال تخفيض العقبات التى تقف دون ذلك ، سواء كانت جمركية أو غير جمركية على الواردات التى تتم بينها ، باستثناء خدمات رأس المال .

ويلاحظ أن هذه الاتفاقيات هى أدنى درجات سلم التكامل الاقتصادى ، حيث تنصب على الشق السلعى دون الشق النقدى للتجارة الإقليمية بين مجموعة من الدول . وعلى مجرد تقليل للعقبات الجمركية ، دون أن تمتد إلى إلغائها كلية .

وعلى صعيد الدول العربية ، فيما يتعلق بالمعاملة التفضيلية ، قام مجلس جامعة الدول العربية بعقد اتفاقية لتسهيل التبادل التجارى وتنظيم تجارة الترانزيت فى سبتمبر ١٩٥٣م . وقد ركزت هذه الاتفاقية بشكل أساسى على التفضيلات الجمركية فى شكل إعفاءات من الرسوم الجمركية للسلع الوطنية العربية المتبادلة بين الدول العربية .

وقد حددت الاتفاقية جداول بالسلع التى يتم تحريرها ، وتم إدخال عدة تعديلات قبل التصديق عليها خلال الفترة من عام ١٩٥٤ إلى عام ١٩٥٩ ، ولكن تعثرت الاتفاقيات التفضيلية بحيث يمكن الحكم بفشلها نتيجة تخوف الدول الأعضاء من بعض المسائل الخاصة بالإغراق ، والأثر على التنمية ، مما دفع ذلك بمجلس جامعة الدول العربية فى ديسمبر ١٩٦٠م إلى إعطاء

الحق لأى دولة عضو فى اتخاذ الإجراءات التى تراها لمواجهة هذه المخاوف ؛ الأمر الذى ساعد على تعثر تنفيذ الاتفاقية (جامعة الدول العربية ، ١٩٩٩) . وبذلك أصبح للدولة حق الخلع من الاتفاقية .

وأمام تعثر تطبيق الاتفاقية قام المجلس فى فبراير ١٩٨١م بوضع اتفاقية للتبادل التجارى بين الدول العربية لتيسير وتنمية التبادل التجارى بين الدول العربية والتى أصبحت واجبة التطبيق فى بداية عام ١٩٨٣م . إلا أنها تعثرت أيضًا رغم اقتصارها على المؤسسين .

ثانيًا - المشروعات المشتركة :

تعد المشروعات المشتركة نقطة خلاف فى مدى اعتبارها نوعًا من التعاون الاقتصادى المؤدى إلى تحقيق التكامل الاقتصادى . فكثير من المشروعات المشتركة التى تمت بين دول نامية كانت مجرد مشروعات لا يرتبط إنشاؤها بأى فكرة عن التكامل الاقتصادى (رشيد١٩٨٩) .

ولكى تعد المشروعات المشتركة تكاملية يتعين أن تتضمن صفات معينة ، أهمها أن يكون الاشتراك بين دولتين أو أكثر ، وحدوث درجة من التشابك فى العملية الإنتاجية بين الدول المشتركة ، مع استفادة الأطراف المشتركة (شقير ، ١٩٨٢ . إبراهيم ، ١٩٨٢) . ولا يلزم أن يكون المشروع مملوكًا ملكية مشتركة بين كل الأطراف ، بحيث يمول المشروع من دولة أو أكثر ويقام فى دولة أخرى .

وعلى مستوى تجربة الدول العربية يمكن تصنيف المشروعات العربية المشتركة من حيث الاتفاقيات إلى ثلاث مجموعات :

- مشروعات ميثاق طرابلس التى أدت الخلافات السياسية إلى عدم فاعليتها .
- مشروعات ثنائية .
- مشروعات متعددة الأطراف .

أما من حيث ملكية المشروعات المشتركة يمكن تصنيفها إلى ثلاث مجموعات : مؤسسات التمويل القطرية ، ومشروعات فى إطار المنظمات العربية ، ومشروعات خارج المنظمات العربية (رشيد ، ١٩٩٥) .

كما شهدت المشروعات العربية المشتركة من حيث التطور الزمنى ثلاث فترات ، الفترة الأولى حتى بداية السبعينيات وقد اتسمت بالجمود ، الفترة الثانية حتى أواخر الثمانينات حين زاد عدد المشروعات العربية المشتركة بصورة فعالة . والفترة الثالثة فترة التسعينيات التى انخفض فيها الاهتمام بالمشروعات العربية وربما يرجع السبب الرئيس فى ذلك إلى حرب الخليج .

وفى دراسة لمجلس الوحدة الاقتصادية فى أوائل الثمانينيات ، اتضح أن غالبية المشروعات المشتركة فى الدول العربية لا تعد مشروعات متكاملة ويؤخذ على معظم هذه المشروعات عدم ارتباطها بالاقتصاد القومى (مجلس الوحدة الاقتصادية العربية ، ١٩٧٤) . كما أن تطور المشروعات لم يرق إلى المستوى المأمول سواء على المستوى القطاعى أو المستوى الجغرافى . فعلى المستوى القطاعى يغلب على اقتصاديات الدول العربية القطاع الخدمى ، وضعف الإنتاجية ، وضعف التشابك القطاعى ، وانعكس ذلك على طبيعة المشروعات المشتركة .

فمن الجدول (١) يتضح أن توزيع المشروعات المشتركة لا يختلف كثيرًا عن أشكال التوزيع القطرية ، فثلثا عدد المشروعات المشتركة ينفرد بها

قطاع التمويل والمصارف ومشروعات غير سلعية أخرى وهى البناء والتشييد والنقل والسياحة والفنادق (١٨٧ مشروعًا) . أما الصناعات التحويلية فنصيبها (٢٩,٣٪) من عدد المشروعات ، فى حين يتضاءل نصيب الصناعات الإستراتيجية إلى ثمانية مشروعات والزراعة إلى (١٣) مشروعًا ومن حيث رؤوس الأموال الأسمية لتلك المشروعات ، يستحوذ قطاع التمويل والتشييد والنقل على ثلثى رؤوس الأموال للمشروعات .

جدول (١)

بيان بعدد المشروعات المشتركة ونصيبها من رؤوس الأموال الاسمية

البيان	المشروعات المشتركة		النصيب من رؤوس الأموال
	العدد	٪	٪
قطاع التمويل والمصارف	٩٧	٣٣	٤٦,٦
مشروعات غير سلعية أخرى	٩٠	٣٠,٦	٢٢,٣
مشروعات صناعية تحويلية	٨٦	٢٩,٣	١٤,٥
صناعة إستراتيجية	٨	٢,٧	١١,٨
مشروعات زراعية	١٣	٤,٤	٥,٥
	٢٩٤	١٠٠	

المصدر : مجلس الوحدة الاقتصادية العربية : تجربة مجلس الوحدة الاقتصادية العربية فى إقامة المشروعات الصناعية العربية المشتركة ، ندوة المشروعات الصناعية العربية المشتركة ٢٨-٣٠ نوفمبر ، ١٩٨٢ ، الدوحة ، قطر ، ١٩٨٣ ، ص٥٨٥ .

ويتضح أن التوزيع القطاعى للمشروعات المشتركة كان شديد الشبه بتوزيع الاستثمارات فى خطط التمية القطرية ؛ مما يعنى أن المشروعات المشتركة استجابت لطبيعة الهيكل الاقتصادى القائم ، وهو ما يؤدى إلى القول بأن المشروعات المشتركة أسهمت فى تدعيم الخلل القائم وليس علاجه (مجلس الوحدة الاقتصادية العربية ، ١٩٨٢) . ويرجع ذلك إلى عدم اهتمام مجلس الوحدة الاقتصادية وغيرها من الجهات المعنية بالتكامل بالعمل على زيادتها والتنسيق بينها فى إطار إستراتيجية تنموية عربية متكاملة . وبحيث تؤدى إلى رفع درجة التشابك العضوى بين اقتصاديات الدول العربية . وبحيث تؤدى أيضًا إلى زيادة توازن النمو بينها وتخفيف التبعية الخارجية بين الدول العربية عند إقامة هذه المشروعات التى غلب عليها الطابع الثنائى وإقامتها خارج إطار المنظمات المتخصصة وخاصة المشروعات العربية الأجنبية . فلقد أوضحت إحدى الدراسات أن من بين (١٥١) مشروعًا مشتركًا بلغت عدد المشروعات العربية (٩٣) مشروعًا بنسبة (٣٨٪) فى حين كانت المشروعات العربية الأجنبية تمثل (٦٢٪) (سعود ، ٤٤ ، بدون سنة نشر) .

وبغض النظر عن كون المشروعات المشتركة تكاملية ، من الملاحظ وجود خلل فى التوزيع الجغرافى لها . فهناك أكثر من (٧٢٪) من الاستثمار الصناعى المشترك تركز فى ثلاث دول عربية ، فى حين أن دولتى السودان وموريتانيا لا يتجاوز نصيبهما (٤٨ , ٠٪) من حجم الاستثمار متمثلاً فى أربعة مشروعات صغيرة (مجلس الوحدة العربية ، ١٩٨٢ : ٥٨٧) . ومن ثم يمكن القول إن توطين المشروعات كان تبعًا لتوافر المزايا النسبية التقليدية للموقع ، وبحيث يتراجع هدف التكامل القومى إلى مرتبة تالية . وربما يسوَّغ ذلك بعدم وجود مجموعة معايير تخطيط - تستند إلى أولويات توازن

النمو الإقليمى على المدى الطويل - بدلاً من معايير تخطيط المشروع الفرد التى تستند إلى تحقيق أكبر منفعة تجارية للمشروع على المدى الطويل .

وفى فترة التسعينيات لم يتغير الوضع كثيراً عن الثمانينيات . فبالرغم من زيادة المشروعات المشتركة (متمثلاً فى زيادة حجم الاستثمارات العربية البينية) إلا أنها مازالت دون المستوى المطلوب بالمقارنة مع أحجام التدفقات الاستثمارية العربية إلى الأقاليم والتجمعات الاقتصادية غير العربية ، فلقد زادت إجمالى الاستثمارات البينية من (٤٠٠,٨) مليون دولار عام (١٩٩٠م) إلى (١٥٨,٦) مليون دولار عام (١٩٩٧م) ، ولكن ذلك لا يمثل سوى (٢٪) من إجمالى الاستثمارات العربية خارج المنطقة العربية (جامعة الدول العربية ، ٢٠٠٠م : ١٥٣) . كما أنه لم يحدث تغير فى التوزيع القطاعى ، فمازال قطاع الخدمات والسياحة يحتل المرتبة الأولى . وعلى مستوى التوزيع الجغرافى ، يلاحظ تركز هذه الاستثمارات فى عدد قليل من الدول حيث تعد مصر والسودان أكثر الدول حصولاً عليها خلال الفترة من (١٩٩١م) حتى (١٩٩٧م) . ومن ثم فإن مسيرة المشروعات المشتركة لم تكن ذات تأثير تكاملى خاصة بعد حرب الخليج وما أحدثته من فقدان الثقة بين الدول العربية .

ونظراً لمزايا المشروعات المشتركة الإيجابية - خاصة مع التحولات الاقتصادية والإقليمية ومع ما تتصف به اقتصاديات الدول العربية - يتعين اهتمام مجلس الوحدة الاقتصادية وغيرها من الجهات المعنية بالتكامل بالعمل على زيادتها والتنسيق بينها فى إطار إستراتيجية تنموية عربية متكاملة وبحيث تؤدى إلى رفع درجة التشابك العضوى بين اقتصاديات الدول العربية ، وفى زيادة توازن النمو بينها وتخفيف التبعية الخارجية .

ثالثًا - منطقة التجارة الحرة :

تقوم هذه المرحلة من التكامل الاقتصادى - والمراحل التالية لها - على أساس أن إزالة الحواجز والقيود الجمركية وغير الجمركية على عمليات تبادل السلع والخدمات وتحرك عوامل الإنتاج بين الدول يؤدى إلى حدوث التكامل الاقتصادى بين تلك الدول (Balassa,1961) .

وتعرف منطقة التجارة الحرة بأنها تجمع من عدة دول تسعى لتكوين تجارة حرة فيما بينها وفى داخل منطقة التجارة الحرة ، تلغى جميع القيود على التجارة فيما بين الدول الأعضاء مع احتفاظ كل منها بتعريفته الجمركية بالنسبة للدول الأخرى التى خارج الاتفاق (جيرونيلام ، بدون سنة نشر : ٢٢٦) .

ويلاحظ أن الدول الأعضاء تحتفظ كل منها برسومها الخاصة ، واستقلالها الجمركى إزاء بقية الدول الخارجة عن نطاق المنطقة ؛ مما يترتب على ذلك - كما هو الوضع فى النظام التفضيلى - تعدد التعريفات الجمركية المطبقة بين الدول الأعضاء وبين العالم الخارجى واختلافها .

ويرى المؤيدون أن منطقة التجارة الحرة تدفع إلى زيادة حجم التبادل التجارى الذى يترتب عليه زيادة تدفق عناصر الإنتاج ورؤوس الأموال ، فزيادة كمية الاستثمار وحجمه ، فتوسع فى النشاط الصناعى ، فاستفادة من تطبيق اقتصاديات الحجم . كما تؤدى منطقة التجارة الحرة إلى تحديث الإنتاج وتطويره ، وزيادة القدرات التنافسية ، وتوفير المناخ المناسب لتحقيق التعاون فى قضايا البيئة وفقًا لما جاء فى اجتماعات منظمة التجارة العالمية فى سنغافورة (عبد الحميد ، ١٩٩٨ ؛ agrare,1989) . أما المعارضون فيرون أن منطقة التجارة الحرة تسبب انحرافات فى هياكل الإنتاج والتجارة للدول الأعضاء من جراء عمليات إعادة التصدير نتيجة تفاوت التعريفة الجمركية للدول الأعضاء فى مواجهة العالم الخارجى .

ويمكن تفادى تلك الانتقادات من خلال الاتفاق على عدد من القواعد التنظيمية للتبادل التجارى بين الدول الأعضاء مثل قاعدة النسبة المئوية ، وقاعدة التحويل لتحديد منشأ السلعة ، والضرائب التعويضية التى تفرض على الواردات المعاد تصديرها .

وعلى مستوى الدول العربية ، أصدر المجلس الاقتصادى والاجتماعى فى سبتمبر ١٩٩٥م قرارًا بإعداد مشروع برنامج تنفيذى لاتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجارى بين الدول العربية لإقامة منطقة حرة عربية كبرى . وقد تم إقرار المشروع بالفعل فى فبراير ١٩٩٧م بهدف تحقيق التحرير الكامل للتجارة البينية بين الدول العربية على مراحل سنوية متدرجة طبقًا لجدول زمنى مدته (١٠) سنوات ابتداء من يناير ١٩٩٨م . ويلاحظ أن هذا الاتجاه يبين استمرارية الاقتناع بجدوى المدخل التجارى وأولويته كنقطة انطلاق نحو التكامل الاقتصادى العربى .

إن نجاح هذه الاتفاقية فى التقدم نحو اتحاد جمركى ثم سوق مشتركة يتطلب إزالة العقبات التى تعترضها وعلاج آثارها ومن أهم هذه العقبات :

١ – الاستثناءات التى أتاحتها المادة (١٥) من الاتفاقية . فهناك تخوف من استغلال هذه الاستثناءات لإفراغ الاتفاقية من محتواها ، خاصةً أن الاستثناءات التى قدمت خلال السنة الأولى للاتفاقية بلغت (٨٣٢) سلعة من إجمالى (٦٠٠٠) سلعة (جامعة الدول العربية ، ١٩٩٨) ؛ الأمر الذى يستدعى وضع ضوابط تحكم الاستثناءات .

٢ – الإجراءات الإدارية المتبعة قطريًا نتيجة تخوف بعض المنتجين من فقدان الحماية ، والآثار السلبية على اقتصاديات الدول الأقل نموًا . وهذا يحتاج إلى آلية مناسبة لتعويض تلك الدول عن الخسائر .

٣ - تعدد القيود غير الجمركية وتباينها التى يصعب إزالتها بالشكل الفورى الذى نص عليه البرنامج التنفيذى .

٤ - طول الفترة الزمنية اللازمة لتنفيذ الاتفاقية ؛ مما يلقى بظلال من الشك فى فاعليتها (العنانى ، ١٩٩٨) .

٥ - تعدد الرسوم والضرائب ذات الأثر المماثل ، وعدم توافر كل من القوانين المنظمة للمنافسة والاحتكارات ، وإعداد قواعد المنشأ ، وكيفية معاملة منتجات المناطق الحرة .

ولا شك أن قصر فترة تطبيق الاتفاقية وتذبذب أسعار البترول خلال تلك الفترة (١٩٩٧-٢٠٠٠م) تمثل صعوبات فى تقويم الاتفاقية بشكل علمى . ولكن مرحليًا يمكن تحديد احتمال نجاحها بعدد من المعايير :

١ - مدى الالتزام بالتخفيض التدريجى للتعريفة الجمركية ، والرسوم والضرائب ذات الأثر المماثل . وبرصد ذلك اتضح التزام الأعضاء بالتخفيض التدريجى للتعريفة الجمركية (١٠٪ سنويًا) . وعدم الالتزام فى جانب الرسوم والضرائب التى لها آثار حمائية .

٢ - حجم الإستثناءات بالإضافة لعدد السلع المطلوب استثنائها ، فهناك عدد (٦) دول من ضمن (١٤) دولة (تمثل ٤٣٪ من الأعضاء) حصلت على استثناءات .

٣ - عدد الاتفاقيات الثنائية التى تطول فترتها عن فترة السماح التى تنص عليها الاتفاقية وتتعارض فى أحكامها مع أحكام الاتفاقية .

٤ - مدى التزام الدول الأعضاء بتطبيق الرزنامه الزراعية العربية المشتركة ، ونظرًا لعدم توافر معلومات عن المعيارين الثالث والرابع ؛ فيصعب الحكم عليهما .

وبشكل عام يتطلب تفعيل هذه المرحلة من مراحل التكامل - إضافة إلى مواجهة العقبات - اتباع مدخل إنتاجى بجانب هذا المدخل التجارى مع إقامة مشروعات مشتركة تكاملية وتعزيز الاستثمارات وتوزيعها بين الدول العربية . خاصة أن الاتجاهات العالمية الحديثة تسير فى اتجاه تعزيز وضع الدول المصدرة للسلع المصنعة وإضعاف وضع الدول المصدرة للمواد الأولية . ويزيد التخوف من فشل الاتفاقية مع قراءة وتحليل بيانات هيكل الصادرات العربية والتجارة البينيه حيث يتضح أن (٧٠,٤٪) من إجمالى الصادرات عام ١٩٩٩م تمثل صادرات سلع فى أشكالها الأولية . وأن التجارة البينية بين الدول العربية لنفس العام لا تزيد عن (٨,٥٪) فى نفس العام ، ناهيك عن أن (٨٠٪) من رؤوس الأموال العربية تستثمر خارج الدول العربية . (جامعة الدول العربية ، ٢٠٠٠) .

رابعًا - الاتحاد الجمركى :

يتضمن الاتحاد الجمركى بالإضافة إلى إلغاء الضرائب الجمركية والقيود الأخرى بين الدول الأعضاء ، إقامة تعريفة جمركية مشتركة فى مواجهة الدول غير الأعضاء ، ومن ثم يحقق الاتحاد الجمركى هدفين فى آن واحد ؛ حيث يحرر التجارة البينية للدول الأعضاء أو ما يسمى بتغيير اتجاه التجارة Trade diversion ، وفى نفس الوقت يزيد من قوة إسهام هذه الدول فى التجارة الدولية (أثر توليد التجارة) Trade creation . بالإضافة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الاقتصادية مثل : تحسين معدلات التبادل الدولية ، واغتنام المكاسب الديناميكية الناشئة عن ظاهرة اقتصاديات الحجم التى يولدها إنشاء الاتحاد الجمركى . ولقد وضحت هذه المزايا مع نظرية الاتحادات الجمركية - بأخذها فى الاعتبار الآثار

الديناميكية - ووجود حجج مؤيدة لصالح تكوين هذه الاتحادات للدول الأقل نموًا . فلقد كان التحليل الساكن لهذه النظرية من قبل فاينر ومن بعده ليبسى Lipsy ، وميد Meade ، يظهر أن فرص توقع مكاسب ملموسة من هذه الاتحادات ضئيلة إذا تمت بين دول نامية (Hazlewood , 1967) .

ويشترط إقامة الاتحاد الجمركى الامتناع عن عقد أى اتفاقيات جمركية أو تجارية منفردة بين دولة عضو فى الاتحاد ودول خارجة عن الاتحاد . بالإضافة إلى وضع مجموعة من الإجراءات الخاصة بتعديل الاتفاقيات مع العالم الخارجى ضمانًا لعدم تعارض نصوصها مع التزامات الدول تجاه بعضها البعض (حشيش ، ١٩٩٣ ؛ Herbert,1977) .

وعلى مستوى الدول العربية ، ليس هناك تجارب فى إقامة اتحاد جمركى سوى تجربة مجلس التعاون الخليجى والتى أمكن من تحليلها خلال الفترة من (١٩٨١) حتى (١٩٩٨) اكتشاف أحد معوقات التكامل الاقتصادى العربى ، وهو البطء وعدم الجدية فى إنجاز الاتفاقيات الاقتصادية وتفعيلها (مجلس التعاون الخليج العربى ، ١٩٩٨) .

فمع بداية مجلس التعاون الخليجى العربى عام ١٩٨١م ، وصدور الاتفاقية الاقتصادية الموحدة لدول الخليج العربى ، تم الاتفاق على توحيد التعريفة الجمركية وتطبيقها تدريجيًا خلال خمس سنوات من تاريخ نفاذ هذه الاتفاقية (مجلس التعاون لدول الخليج ، ١٩٩٢) ولكن لم يصدر أى اتفاق حتى عام ١٩٨٧م حيث أكد المجلس الأعلى على ضرورة قيام لجنة التعاون المالى والاقتصادى على استكمال مشاورتها للوصول إلى توحيد التعريفة الجمركية . وأكد ذلك إعلان المنامة عام ١٩٨٨م ثم الدورة العاشرة (١٩٨٩م) التى أكدت مرة أخرى ضرورة توحيد التعريفة الجمركية خلال

مدة أقصاها ثلاث سنوات اعتباراً من ١٩٩٠م . ولم تشهد السنوات الثلاث التالية أية اتفاقيات لتحقيق ذلك . فقرر المجلس عام ١٩٩٢م (الدورة ١٣) تكليف لجنة التعاون المالى والاقتصادى بوضع مشروع نظام متكامل لتوحيد التعريفة الجمركية . وفى الدورة (١٤) عام ١٩٩٣م قرر المجلس إعطاء المزيد من الوقت للاتفاق على التعريفة . ومع ظهور مشاكل توحيد التعريفة ، قرر المجلس فى الدورة (١٦) عام ١٩٩٥م ضرورة إيجاد حل ينسجم مع قرارات الاتفاقية الموحدة ويتوافر فيه المرونة للحصول على الإجماع .

ومنذ عام ١٩٩٥م حتى عام ١٩٩٨م خرجت قرارات متعددة لحل مشاكل التعريفة الموحدة مثل الاتفاق على نقطة الدخول الواحدة وآلية التحصيل وإعادة التحصيل . وفى عام ١٩٩٨م الدورة (١٩) تم اعتماد الجدول الزمنى لإقامة الاتحاد الجمركى ، بحيث يبدأ العمل ابتداءً من مارس ٢٠٠١م على أن تنتهى حل المشاكل المطروحة عام ١٩٩٩م . وما لبث أن تم تأجيل العمل بالاتحاد الجمركى عام ١٩٩٩م الدورة (٢٠) إلى مارس ٢٠٠٥م .

مما سبق يتضح أنه يتوقع ظهور اتحاد جمركى على مستوى ست دول عربية بعد ٢٥ عامًا من الاجتماعات والقرارات . إن هذا الاستعراض التاريخى يبين لنا مدى البطء الشديد فى التنفيذ وعدم وجود قدرة حقيقية على تحقيق التكامل . وهذه إحدى سمات الدول العربية فى عقد الاتفاقيات والتى يمكن إرجاعها إلى :

١ - التردد بين التأييد والامتناع من قبل أصحاب القرار السياسى .

٢ - الحرج السياسى بين الدول يجعلها تتبنى قرارات بدون تنفيذ .

٣ - آثار حرب الخليج الاقتصادية والنفسية .

٤ - عدم الشفافية بين الدول على الصعيد الاقتصادى والسياسى .

٥ – عدم وجود تنسيق حقيقى بين الخطط الاقتصادية للدول الأعضاء .

٦ – الإجماع الذى لا بد منه لإقرار أية اتفاقيات .

خامساً - السوق المشتركة :

تمثل السوق المشتركة مرحلة متقدمة من مراحل التكامل الاقتصادى ، وتعتبر تطويراً للاتحاد الجمركى وتتميز السوق المشتركة بإلغاء الرسوم الجمركية والقيود الأخرى ، وليس فقط على انتقال السلع بين الدول الأعضاء ، ولكن على انتقال عناصر الإنتاج (العمل ورأس المال) .

وتعمل السوق المشتركة – بما توفره من حرية انتقال عناصر الإنتاج فيما بين الدول الأعضاء وإزالة القيود على انتقال عوامل الإنتاج– على تهيئة المناخ الملائم لتمويل الاستثمارات وزيادة إسهام العمالة فى زيادة الإنتاجية . فلا شك أن إتاحة الحرية لانتقال عناصر الإنتاج بين الدول الأعضاء تؤدى إلى توزيع هذه العناصر بينها بما يحقق الكفاءة الاقتصادية .

وبالنسبة للدول العربية ، أصدر المجلس الاقتصادى العربى عام ١٩٦٤ موافقته على إنشاء السوق العربية المشتركة اعتقاداً منه بأن عدم تحقيق أهداف التكامل يكمن فى قصور فى الآلية . وكان الهدف الرئيسى من هذا القرار هو تحرير التجارة بين الدول الأعضاء عن طريق إعفائها من الرسوم الجمركية تدريجياً ؛ وذلك بهدف الوصول إلى منطقة التجارة الحرة كخطوة أولى نحو تحقيق السوق المشتركة (مجلس الوحدة الاقتصادية العربية ، ١٩٩٦) . وتم بالفعل – إلغاء جميع الرسوم الجمركية اعتباراً من سنة ١٩٧١م بين أربع دول ، هى الأردن وسوريا والعراق ومصر ثم ليبيا . ولكن تعثرت تجربة السوق المشتركة ؛ مما أدى إلى تشكيل عدة لجان ، والاتجاه إلى إبرام

اتفاقية لتيسير وتنمية التبادل التجارى بين الدول العربية .

وعلى مستوى الاتفاقيات بين الدول العربية لتسهيل السوق المشتركة بداية من الخمسينيات ، أبرمت العديد من الاتفاقيات فى ما يتعلق بتشجيع انتقال رؤوس الأموال منها :

- اتفاقية تسوية المعاملات الجارية وانتقال رؤوس الأموال عام ١٩٥٣م .
- اتفاقية رؤوس الأموال العربية وانتقالها بين البلدان النامية والتى طبقت عام ١٩٧٢م ، وصدقت عليها ثمانى دول .
- الاتفاقية الموحدة لاستثمار رؤوس الأموال العربية فى الدول العربية عام ١٩٨٠م .
- اتفاقية الصندوق العربى للإنماء الاقتصادى والاجتماعى بهدف تمويل المشروعات الإنمائية بقروض ميسرة وبدأ نشاطه عام ١٩٧٤ . واتفاقية صندوق النقد العربى الذى طبقت عام ١٩٧٧م ، ويضم الصندوق جميع الدول العربية . ويهدف إلى القيام بوظائف صندوق النقد الدولى فى الدول العربية ، من تقديم رؤوس أموال للدول العربية لتحقيق أهداف معينة وبشروط معينة وتمويل مشروعات التنمية ، وتقديم الدعم المالى والفنى لبرنامج الإصلاح الهيكلى بهدف معالجة الاختلال فى موازين المدفوعات وإعادة هيكلية الاقتصاديات العربية . إلى جانب بذل الجهود المباشرة وغير المباشرة لتنمية التجارة العربية فى البلدان العربية (البطريق ، ١٩٩٩) .

وبالرغم من ذلك ، يلاحظ من تتبع تطور تدفق الاستثمارات العربية البينية ضآلة الأموال العربية المستثمرة فى المنطقة العربية مقارنة بضخامة الأرصدة المالية الموظفة فى الخارج .

كذلك على صعيد انتقال العمالة بين الدول العربية ، كان هناك غياب

التنظيم الفعال على مستوى الدول ، حيث خضع الانتقال للقواعد التى تحددها كل دولة منفردة أو بناء على بعض الاتفاقيات الثنائية المحددة بين عدد من الدول ؛ لذلك أبرم عدد من الاتفاقيات الجماعية على مستوى الدول العربية لإزالة العقبات . ولكن أجمعت الآراء على ضعف فاعلية هذه الاتفاقيات الجماعية وضرورة وجود صيغة متطورة جديدة تأخذ الواقع التاريخى الحالى ومستجداته ، فيما يتعلق بإشكالية تحرك الأيدى العاملة العربية ، وما تشمله من ضرورة المحافظة على حقوق العمالة من جهة ، واحترام سيادة الدولة المطبقة من جهة أخرى .

ومن ثم يمكن القول بأن معظم الاتفاقيات قوبلت بالتطبيق الضعيف فى أحسن حالاتها ؛ مما أدى إلى أن السوق المشتركة ظلت حلمًا يراود الدول العربية فى مختلف ندواتها ومناقشاتها على كثرتها دون وجود نتائج جادة لتحقيق هذا الهدف .

سادساً - التكامل الاقتصادى الكامل :

يعتبر التكامل الاقتصادى التام أكثر مراحل التكامل تقدمًا حيث لا تستطيع أية دولة أن تستقل بسياستها الاقتصادية الكلية دون أن يكون ذلك فى إطار السياسات الاقتصادية الموحدة لجميع الدول المشتركة فى الوحدة الاقتصادية . ويمكن أخذ تجربة الدول الأوروبية فى هذا الشأن ، بوصفها أفضل مثال على التكامل الاقتصادى الكامل . الذى تم من خلاله إقامة سلطة فوق وطنية قراراتها لها قوة ملزمة للدول الأعضاء ، والاتفاق على توحيد عملتها .

ويظهر مدى القوة الملزمة فى تفوق القانون الأوروبى وهيمنته على القوانين المحلية والأهمية التى يكتسبها النظام القضائى للاتحاد الأوروبى .

فالدول التى لا تطبق توجهات الاتحاد الأوروبى تخضع للمساءلة ودفع تعويضات للدولة المتضررة ، وأيضًا للأفراد المتضررين . هذا بالإضافة إلى أن الالتزام بعملة موحدة يعنى أن دول الاتحاد قد ضحت بجزء من سيادتها من أجل التكامل ، خاصة أن العملة المحلية تغد رمزًا من رموز السيادة (Ronzitti,1999) .

بينما على مستوى الدول العربية ظل التكامل الاقتصادى العربى ، كما هو ، هدفًا لا يتحقق ، بالرغم من أنها أسبق الدول إلى محاولة إرساء قواعده وبالرغم من كثرة القرارات والتنظيمات . ويرجع ذلك لأسباب كثيرة يتم عرضها فى المطلب الثانى .

المطلب الثانى : تحليل معوقات التكامل الاقتصادى العربى .

ينصرف هذا المطلب إلى مناقشة النقاط الآتية :

- المداخل المتبعة فى تحقيق التكامل الاقتصادى .
- أسباب فشل إقامة تكامل اقتصادى عربى فعال ومعوقاته .

أولاً - مداخل تحقيق تكامل اقتصادى :

يمكن تقسيم مداخل تحقيق تكامل اقتصادى إلى مدخلين رئيسيين :

١ - مدخل التبادل التجارى :

تتلخص الفكرة الرئيسية لهذا المدخل فى أن نقطة البداية نحو تحقيق تكتل اقتصادى هى تنمية التجارة ، وتقوية المبادلات بين الدول الأعضاء ،

وإزالة العوائق التجارية أيًا كان شكلها . ويستند هذا المدخل – فى تحليله النظرى – إلى أن تحرير التجارة بين مجموعة الدول الأعضاء يؤدى إلى قيام المنافسة بين المشروعات الإنتاجية فيها ، وأن هذا من شأنه أن يؤدى إلى توزيع موارد الإنتاج بين الفروع الإنتاجية بما يحقق أكفأ استخدام ممكن لهذه الموارد على مستوى هذه الدول فى مجموعها ، وبما يخفض من تكاليف الإنتاج ، ومن ثم توسع التجارة بينها وترابط اقتصادياتها وتكاملها . ومن ثم يقام فى إطار هذا المدخل كل من منطقة التجارة الحرة ، والاتحاد الجمركى ، والسوق المشتركة التى تقف عند تحرير التبادل السلعى وحرية انتقال عوامل الإنتاج بين الدول الأعضاء دون أى تنسيق بينها فى السياسات الاقتصادية والتعاون فى تنمية القدرات التقنية .

وبهذا يلاحظ على هذا المدخل أنه يعالج مشكلة قصور الطلب وضيق السوق ، وليس مشكلة انخفاض مرونة العرض وقلة الإنتاج وقلة تنوعه . وفى هذا يمكن القول أن اتباع هذا المدخل فى الدول العربية – نظرًا لخصائصها – لن يؤدى إلى زيادة تذكر فى التجارة البينية ؛ حيث تظل وحدات الأعمال تابعة لمصادر الاستيراد وأسواق التصدير التى يوجد الجزء الأكبر منها خارج نطاق السوق المحلية (سليمان ، ١٩٩٠) . ذلك على عكس الدول الصناعية المتقدمة التى تتصف باتساع النشاط الإنتاجى ، وهو ما يعنى أن نجاح مدخل تحرير التبادل التجارى يتطلب توافر قاعدة إنتاجية متسعة للدول الأعضاء المطبقة له تسمح برفع درجة استجابة العرض لتغييرات الطلب .

وهذا التحليل ربما يبرر – بعض الشىء – فشل اتفاقيات تحرير التجارة بين الدول العربية حيث مثلت (٤,٥٪) من إجمالى التجارة الخارجية خلال السبعينيات ، ثم (٦,٥٪) خلال الثمانينيات ، ثم تراوحت ما بين (٨٪) ،

(١٠٪) خلال التسعينيات ، ومن الجدول (٢) يتضح اتجاه التجارة الخارجية للدول العربية ، وأن النصيب الأكبر من الصادرات يذهب إلى الاتحاد الأوروبى (٢٧,٢٪) يليه اليابان (١٨,٤٪) ثم الولايات المتحدة الأمريكية (١٠٪) وكذلك الأمر فى الواردات . فى حين حجم التجارة البينية بين الدول العربية لا تتعدى (٨,٧٪) للصادرات فى أحسن أحوالها عام ١٩٩٩م والواردات (٨,٤٪) لنفس العام .

جدول رقم (٢)

اتجاه التجارة الخارجية للدول العربية (نسبة مئوية)

	الصادرات				الواردات			
	١٩٩٦	١٩٩٧	١٩٩٨	*١٩٩٩	١٩٩٦	١٩٩٧	١٩٩٨	*١٩٩٩
الدول العربية	٨,٧	٩,١	١٠,١	٨,٧	٨,٩	٨,٩	٨,٥	٨,٤
الولايات المتحدة	٩,١	٩,٦	١٠,٥	١٠,٠	١٣,٠	١٣,٠	١٢,٨	١٣,٢
اليابان	١٨,١	١٨,٦	١٦,٨	١٨,٤	٦,٢	٦,٩	٧,٨	٨,٢
الاتحاد الأوروبى	٢٦,٨	٢٥,٥	٢٧,٣	٢٧,٢	٤١,٢	٤٠,٠	٣٨,٥	٣٩,٢
دول جنوب شرق آسيا	١١,٢	١٢,٠	١١,٣	١٢,١	٥,٤	٥,٨	٥,٦	٥,٧
باقى دول العالم	٢٦,١	٢٥,٢	٢٤,٠	٢٣,٦	٢٥,٣	٢٥,٤	٢٧,١	٢٥,٢
الإجمالى	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

المصدر : التقرير الاقتصادى العربى الموحد لعام ٢٠٠٠ ، ص ١٣٩

* أرقام تقديرية .

ويتأكد الأمر بمتابعة حجم التجارة بين دول مجلس التعاون لدول الخليج العربى ؛ حيث يتضح أن حجم التجارة البينية تمثل نسبة ضئيلة جداً بالمقارنة بحجم تجارتها العالمية ، فمن الجدول (٣) يتضح أن حجم الصادرات بين دول مجلس التعاون الخليجى يمثل (٩٪) فى أفضل الأحوال

والواردات (٧٪) خلال النصف الثانى من التسعينيات . كما أن حجم صادرات وواردات المجلس مع بقية الدول العربية لا تتجاوز (٣٪) و(٧٪) على التوالى . فى حين أن النصيب الأكبر للتبادل التجارى يتم مع دول العالم الخارجى ، خاصة الاتحاد الأوروبى .

جدول (٣)
اتجاه التبادل التجارى لدول المجلس ١٩٩٥-١٩٩٩م

السنة	التبادل	دول المجلس	الدول العربية	الدول الإسلامية	الاتحاد الأوربى	الولايات المتحدة الأمريكية	اليابان	بقية دول العالم	إجمالى
١٩٩٥	ص	٥٥٦٨	١٥٢٥,٦	٣٢١٥,٨	١٠٦٢٥,٩	٨٨٣٥,١	٨٦٤٢,٢	٢٢٢٠٦,١	٥٨٦٩٠,٧
	٪	٠,٠٩	٠,٠٣	٠,٠٥	٠,١٨	٠,١٥	٠,١٥	٠,٣٥	١,٠٠
	و	٤٤٧,٥	٤٤٧٩,٥	٣٦٩٢	٢٥٤٢١,٢	١٠٠٧٢	٦٥١٣	١٧٠٦٩,٨	٦٨٧٢٧
	٪	٠,٠٧	٠,٠٧	٠,٠٥	٠,٣٧	٠,١٥	٠,٠٩	٠,٢٥	١,٠٠
١٩٩٦	ص	٦٤٩٢,٩	١٩٠٣,١	٣٤٥٥,٣	١١٩٦٠,٦	١١٠١٦,٥	٩٧٨٣,١	٢٧٢٦١,٦	٦٩٦٥٨,٦
	٪	٠,٠٩	٠,٠٣	٠,٠٥	٠,١٧	٠,١٦	٠,١٤	٠,٣٨	١,٠٠
	و	٤٧١٣,٢	٤٧١٣,٢	٣٧٩٥,٢	٢٤٥٠٥,٨	١٠٩٠٦,٦	٦٤٨٣,١	١٧١١٣,٢	٦٩٢٠٠,٢
	٪	٠,٠٧	٠,٠٧	٠,٠٥	٠,٣٥	٠,١٦	٠,٠٩	٠,٢٥	١,٠٠
١٩٩٧	ص	٦٧٨٤,١	١٩٧٥,٢	٢٧٧٤,٢	١٢٢٣٦,٦	٩٦٩٣,٤	١٢٨٣٩,٥	٢٩٣٦٨,٨	٧٥٦٧,٨
	٪	٠,٠٩	٠,٠٣	٠,٠٤	٠,١٦	٠,١٣٣	٠,١٧	٠,٤٠	١,٠٠
	و	٥١٤٥	٥١٤٥	٣٦٩٤	٢٥٢٤٥,٨	١١٤١١	٦٧٨٠,١	١٧٥٨٦,٩	٧١٤٢٧,٧
	٪	٠,٠٧	٠,٠٧	٠,٠٥	٠,٣٥	٠,١٦	٠,٠٩	٠,٢٥	١,٠٠
١٩٩٨	ص	٥٥٩٧,٥	٢٢٥٠,٦	٢٢٥٧,٨	٨٢٠٤,٩	٦٩٣٣,١	٩٠٧٢,٧	٢٨٥٦٩,١	٦٢٨٨٥,٨
	٪	٠,٠٩	٠,٠٤	٠,٠٤	٠,١٣	٠,١١	٠,١٤	٠,٤٦	
	و	٥٦٠٨,٩	٥٦٠٨,٩	٣٨٠٢,٣	٢٦٦٩٠,٥	١١٨١١,٢	٨٠٦١,٧	١٨١٣٥,٢	٧٥٨٥٣,٦
	٪	٠,٠٧	٠,٠٧	٠,٠٥	٠,٣٥	٠,١٦	٠,١١	٠,٢٤	١,٠٠
١٩٩٩	ص	٧٩٧٤,٢	١٩٥٦,٢	٤٧١٢,٤	١٠٩٥١,٥	١١٢٥٩	١٧٧٦٥,٦	٤٢١٣٣,٥	٩٦٧٥٢,٤
	٪	٠,٠٨	٠,٠٢	٠,٠٥	٠,١١	٠,١٢	٠,١٨	٠,٤٤	١,٠٠
	و	٦١٦٩,٩	٦١٦٩,٩	٤٦٤٢,٨	٢٦١٣٠,٢	١٠٠٠٣,٢	٧٤٩١,٥	٢٨٥٥٥,٨	٨٤٧٨٦,٢
	٪	٠,٠٧	٠,٠٧	٠,٠٥	٠,٣١	٠,١٢	٠,٠٩	,٣٤	١,٠٠

المصدر : معد باستخدام الباحث لبيانات مجلس التعاون لدول الخليج العربية : النشرة الاقتصادية ، الأمانة العامة ، العدد الخامس عشر ، ٢٠٠٠ ، ص ٢٩-٣٠ .

ص : صادرات - و : واردات

ويرجع ذلك إلى طبيعة التشابه فى اقتصاديات هذه الدول ، واشتراك معظمها فى تصدير واستيراد نفس المجموعة السلعية . ومن ثم يمكن القول أن ضعف القواعد الإنتاجية وتشابه هياكل الإنتاج يمثل إحدى العقبات فى تبنى المدخل التبادلى لتحقيق التكامل الاقتصادى .

٢ - المدخل الإنتاجى :

تتلخص الفكرة الرئيسية لهذا المدخل فى أن نقطة البداية فى تحقيق تكامل اقتصادى هو توسيع القاعدة الإنتاجية وتعميقها عن طريق إقامة الصناعات وتنويعها فى الدول الأعضاء وتشجيع الاستثمار وتعزيز إنشاء صناعات حديثة . وذلك من خلال تنمية قدرات الموارد البشرية ، وتطوير البنية الأساسية واكتساب القدرات التكنولوجية الذاتية ، وتحقيق الأمن الغذائى للدول الأعضاء ، والسماح بحرية انتقال عوامل الإنتاج بين دول الأعضاء ، مع وضع خطة تنموية شاملة يدعمها تنسيق السياسات الاقتصادية بين تلك الدول ، وإقامة مشروعات مشتركة تكاملية فى ضوء الخطة التنموية ، والسياسات الاقتصادية ، مع توفير سوق مالية تتداول فيها أسهم المشروعات المشتركة التكاملية .

ويلاحظ على هذا المدخل أنه يعمل على تضييق الفجوة التنموية والداخلية الواسعة بين الدول الأعضاء والربط بين التنمية والتكامل . كما أن العمل المشترك طبقًا لهذا المدخل ليس منافسًا للدولة العضو بل مكملاً له . وعليه يصبح كلٌ من التكامل الاقتصادى الكامل والسوق المشتركة – يتم السماح فيها بحرية انتقال عوامل الإنتاج داخل الدول الأعضاء – ووجود تنسيق بين القوانين المرتبطة بعملية التنافس والإنتاج -من أشكال التكامل التى يمكن إقامتها فى إطار هذا المدخل .

ثانياً - أسباب فشل إقامة تكامل اقتصادى فعال ومعوقاته :

يمكن إرجاع عدم تحقيق إثر إيجابى من محاولات التكامل الاقتصادى العربى إلى تطبيق مدخل تجارى تبادلى بحت ، دون أن يقترن ذلك بأية خطط وسياسات لزيادة الطاقة الإنتاجية للدول الأعضاء وتنويع وزيادة الاستثمار . فبالرغم من أن قرار إنشاء السوق العربية المشتركة هدف إلى تحقيق الوحدة الاقتصادية عن طريق أدوات ومداخل أكثر قوة وفاعلية من المدخل التبادلى ، وتم بالفعل إصدار قرارات تتضمن هذه الفلسفة العامة ، إلا أنه لم يتم وضع هذه القرارات موضع التنفيذ ، ولا يمكن القول بأن ما أدت إليه الاتفاقيات من تقوية عملية التبادل بعض الشئ بين الدول العربية هو تكامل اقتصادى .

إضافة إلى ذلك هناك مجموعة من الأسباب أدت إلى فشل محاولات التكامل ، ويمكن تقسيم هذه الأسباب إلى أسباب اقتصادية وأسباب سياسية وأسباب تنظيمية .

١- الأسباب الاقتصادية :

يمكن تحديد أهم الأسباب الاقتصادية فى ما يلى :

- سيادة نمط الإنتاج الأولى فى الاقتصاديات العربية وضآلة نصيب الصناعة التحويلية ، وتوجيه الإنتاج وجهة تتفق مع اتجاه التجارة إلى الدول الصناعية المتقدمة استيراداً وتصديراً ، ومن ثم التبعية . ففى بعض الدول العربية يصل الاعتماد على خام النفط حوالى ٩٠٪ من الناتج المحلى الإجمالى .

فمن الجدول (٤) الذى يوضح هيكل الصادرات والواردات العربية الإجمالية ، يتضح أن فئة الوقود المعدنى لا تزال تستأثر بالنصيب الأكبر من الصادرات العربية ، وذلك بنسبة ٦٨٪ من إجمال الصادرات لعام ١٩٩٩ مقارنة بنسبة ٦٢,٢٪ عام ١٩٩٨ .

جدول رقم (٤)

هيكل الصادرات والواردات العربية الإجمالية

(نسبة مئوية)

	الصادرات				الواردات			
	١٩٩٦	١٩٩٧	١٩٩٨	*١٩٩٩	١٩٩٦	١٩٩٧	١٩٩٨	*١٩٩٩
الأغذية والمشروبات	٣,٧	٣,٨	٤,٠	٣,٩	١٥,٥	١٥,٤	١٤,٨	١٥,٠
المواد الخام	٢,٠	٢,٤	٢,٥	٢,٤	٥,٨	٦,٩	٦,٨	٦,١
الوقود المعدنى	٧١,٦	٦٩,٧	٦٣,٢	٦٨,٠	٤,٧	٤,٦	٣,٠	٤,٢
المواد الكيماوية	٤,٧	٥,٢	٦,٢	٥,٣	٨,٤	٨,١	٧,٦	٨,٢
الآلات ومعدات النقل	٣,٢	٣,٦	٥,٠	٣,٨	٣٣,٣	٣٣,١	٣٤,٩	٣٤,٠
المصنوعات	١٤,٠	١٤,٦	١٩,٣	١٥,٩	٢٩,٨	٣٠,٠	٣٠,٢	٣٠,٢
سلع غير مصنفة	٠,٨	٠,٧	١,٠	٠,٧	٢,٥	١,٩	٢,٦	٢,٣
الإجمالى	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

* أرقام تقديرية .

المصدر : التقرير الاقتصادى العربى الموحد لعام ٢٠٠٠ ، ص ١٣٩

ويلاحظ - على مدى فترة تزيد الآن على نصف قرن - أن الدول العربية لم تتمكن من تغيير هياكلها الاقتصادية وتنويع قواعدها الإنتاجية بشكل يقضى على الاختلالات الهيكلية . والدليل على ذلك هو بقاء معدلات التنمية المنخفضة فى جميع الدول العربية غير النفطية فى شبه ثبات خلال العقود الخمسة الماضية . أما فى الدول العربية النفطية فقد انخفضت معدلات النمو بشكل كبير وتحولت إلى معدلات سالبة فى معظم حقبة

الثمانينيات بسبب الاعتماد الكثيف على إيرادات النفط التى كانت فى انخفاض شبه مستمر (يسرى ، ١٩٩٩ : ٢٠٨) . ومع تذبذب أسعار النفط فى التسعينيات تقلب النمو ارتفاعًا ؛ وانخفاضًا بحيث بلغ معدل النمو فى عام ١٩٩٧ دون المستويات التى تحققت فى العامين السابقين بسبب انخفاض أسعار النفط العالمية ؛ الأمر الذى أدى إلى انخفاض فى معدل نمو القيمة المضافة لقطاع الصناعات الاستخراجية . ومع تحسن أسعار النفط العالمية عام ١٩٩٩ تحسن معدل النمو .

- وجود معوقات تواجه تفعيل دور الصناعة فى النشاط الصناعى ، ومن أهمها غياب البنية المؤسسية والإستراتيجية الملائمة والمغالاة فى التوطين القطرى الكامل بمفهوم قانونى ضيق للمشروعات الصناعية ، ومحدودية السوق الوطنية ، وغياب البنية التحتية الصناعية بما لا يسمح بتلبية الخدمات الصناعية وبما لا يسمح للمنشأة بالتطور والنمو ، وغياب المواصفات والمقاييس المعقولة بشكل يجعل المنتجات ذات طابع محلى فقط يحتاج إلى الحماية .

- أضعف التشابه فى هياكل التجارة للدول العربية قدرة دول السوق على زيادة التبادل التجارى فيما بينها مما أدى إلى تصدير الدول لفوائضها إلى خارج الدول العربية واستيراد احتياجاتها من الخارج ، وقد يرجع التشابه فى هياكل التجارة إلى تماثل الأنشطة الإنتاجية ؛ مما يؤدى إلى وجود معوق كبير فى تكوين تكامل اقتصادى عربى خاصة إذا افترضنا غياب القدرة على التحول واستمرار حالة الركود التقنى (W.T.O ,1995; Krugman,1980) .

- اختلاف هياكل التكلفة بين الدول العربية الأعضاء فى الاتفاقيات أدى إلى لجوء بعض منها إلى حماية صناعاتها ذات التكاليف المرتفعة من

خلال القيود الإدارية ، وهو ما يخالف قرارات السوق العربية المشتركة . أضف إلى ذلك اتباع عديد من الدول العربية لتقييد الاستيراد بما يتعارض مع السلع التى تصدرها الدول الأخرى الأعضاء . بل الأكثر من ذلك أن هناك قيودًا غير جمركية لا تتسم بالشفافية . فهى تصدر فى شكل إجراء وتصريحات مكتوبة ، وأحيانًا أخرى فى شكل إجراءات غير مكتوبة أو تعليمات لا يعرفها سوى المكلف بالتنفيذ .

- عدم الاهتمام بوجود شبكة نقل لربط أجزاء الوطن العربى بعضها ببعض . وفى مواجهة هذا المعوق ظهرت عدة اتفاقيات ثنائية للنقل البرى خاصة فى بداية التسعينيات كان المأمول منها أن تكون بداية لعقد اتفاقيات جادة فى إطار مجموعة عربية ، وإلى الآن لم تنشأ آلية تنفيذية مشتركة بين الدول العربية الداخلة فى اتفاقيات نقل برى ثنائية لحل أية مشكلات أو معوقات تؤثر على سيولة حركة الركاب والبضائع (المجالس القومية المتخصصة ، ١٩٩٦) .
- عدم تجانس الفلسفات والسياسات الاقتصادية ، فلقد تعددت الأنظمة الاقتصادية فى الدول العربية منذ بداية الستينيات ما بين أنظمة تقوم على التخطيط المركزى والملكية العامة فى إطار الاشتراكية ، وأنظمة قوانين تقوم على حرية الأسواق والملكية الخاصة . ومن ثم كانت هناك صعوبة فى تحقيق تكامل اقتصادى بين الدول العربية فى ظل الفلسفة الاقتصادية المزدوجة . ولكن يلاحظ أن هناك عودة منذ بداية التسعينيات إلى نظام السوق الحر وخصخصة بعض مؤسسات القطاع العام ، والذى يعد عاملاً جيدًا لتفعيل تكامل اقتصادى عربى .
- تفاوت مستويات الدخول بين الدول؛ بحيث أصبح هناك دول ذات فوائض رأسمالية ضخمة تتدفق إلى خارج الوطن العربى نتيجة لحسابات

اقتصادية قطرية وليس على أساس حسابات اقتصادية قومية . وكانت الحجج التى تساق هى عدم كفاية الضمانات داخل الاتفاقيات ضد مخاطر التقلبات السياسية أو التعديات على الحقوق الخاصة من قبل بعض الحكومات العربية . هذا بالإضافة إلى عدم اهتمام الدول التى زادت فيها مستويات الدخول بالتكامل ؛ نظرًا لمستويات المعيشة المرتفعة التى تتمتع بها ؛ مما دفع إلى مزيد من تخوف تلك الدول تجاه انتقال القوى العاملة إليها ، والتحول من مجرد العمل بها إلى الهجرة والاستقرار فيها . وبذلك تجمدت غالبية اتفاقيات القوى العاملة داخل البلدان العربية ، بل تم استبدال القوى العاملة العربية بعمالة أجنبية غير عربية جاءت بأمراض اجتماعية وسلوكية .

- غياب التخطيط ومحدودية التعاون الفنى والتنموى والاعتماد على التقنية الجاهزة عن طريق الشركات الدولية وعدم مسايرة التقدم التكنولوجى ويظهر ذلك من تجربة المشروعات المشتركة التى افتقدت إلى التخطيط والتنسيق الجيد لها ، واتباع معظم الدول العربية نمط التنمية الانفرادى القُطرى .

٢ - الأسباب السياسية :

يعد الباعث السياسى هو أساس فكرة التكامل الاقتصادى ، وأصبح أيضًا مقبرة التكامل الاقتصادى فلقد انطلقت التجربة من الاعتقاد بالقومية العربية وانتماء العرب إلى أمة واحدة وعقيدة دينية واحدة . وهدفت التجربة إلى تحقيق الاتحاد السياسى ، ولكن قابلت معوقات أدت إلى فشلها : فالتخوف من التعدى على السيادة القطرية يعد سببًا أساسيًا وراء فشل أية محاولات تجاه التكامل الاقتصادى ؛ حيث تتضمن عملية

التكامل الاقتصادى تنازلاً من كل دولة عضو عن جزء من سيادتها . ومع عدم وضوح فوائد التكامل الاقتصادى أو عدم إدراكها ، انخفض التأييد والاقتناع من قبل أصحاب القرار السياسى بجدواها وجديتها . كما لعب الحرج السياسى دورًا فى تبنى العديد من الاتفاقيات والمشروعات العربية ولكن لا يتم تنفيذها . ولذلك كان من الأجدر أن يكون الباعث الاقتصادى هو الأساس للوصول إلى تكامل اقتصادى عربى .

أضف إلى ذلك أن هناك تأثيرًا لأصحاب المصالح المعارضين لإقامة سوق عربية مشتركة ويعملون على إضعاف أية إرادة سياسية لإقامة تجمع اقتصادى عربى من خلال إثارة المخاوف على السيادة القطرية والدعاية دائمًا عن وجود تعارض بين كل من التنمية القومية والتنمية القطرية (المجالس القومية المتخصصة ، بدون سنة نشر) . كما يعمل أصحاب المصالح هؤلاء على عدم إظهار حقيقة الرأى العام المتمثل فى الرغبة فى تحقيق التكامل الاقتصادى والذى يؤدى إلى إلزام المسئولين باتخاذ خطوات سياسية إيجابية لتفعيل صورة جادة من التكامل الاقتصادى (شقير ، ١٩٨٩ : ٥) .

هذا بالإضافة إلى عدم حيادية الساسة فى بعض الدول العربية بخصوص تحديد ماهية المال العام والفصل بين ممارسة التجارة وممارسة العمل السياسى ؛ مما يدفع بالقول أن هناك جماعات مصالح داخل هذه الدول تعرقل تكوين اتحادات جمركية أو تفعيل أى صيغة من صيغ التكامل الاقتصادى تتعارض مع مصالحهم الاقتصادية .

ومن العوامل المهمة فى إعاقة التكامل الاقتصادى أزمة الثقة بين الدول العربية على المستوى السياسى . ففى فترة الثمانينات أدت معاهدة السلام المصرية إلى مقاطعة عربية لمصر . ثم حرب إيران والعراق ، والفتنة

الطائفية بلبنان ، والحروب الداخلية فى الصومال والسودان والجزائر ؛ مما يعنى عدم وجود استقرار سياسى حقيقى كذلك ما حدث فى حرب الخليج ومازالت آثاره وإرهاصاته السياسية ماثلة حتى الآن .

٣ - الأسباب التنظيمية :

هناك عديد من العوامل التى أدت إلى إفراغ الاتفاقيات من مضمونها الفعلى أو تعطيلها . فلقد افتقرت نصوص الاتفاقيات بين الدول العربية إلى الدقة فى تحديد الهدف ورسم الوسيلة ؛ إذ جاءت معظم النصوص مشحونة بالعبارات الإنشائية . كما تضمنت الاتفاقيات نصوصًا تسهل على الدول الأعضاء التنصل من التزاماتها تجاه هذه الاتفاقيات .

إضافة إلى ذلك هناك عوامل تنظيمية أسهمت فى فشل محاولات التكامل أهمها :

١ - عدم توافر البيانات والمعلومات والإحصاءات عن الأنشطة الاقتصادية المختلفة فى الدول العربية . والافتقار إلى الدراسات العلمية عن الهياكل الاقتصادية والخطط وإمكانيات النمو .

٢ - عدم وجود نصوص صريحة قاطعة فى ميثاق جامعة الدول العربية تتعلق بالتكامل الاقتصادى أو الوحدة الاقتصادية ، بل إن هناك نصوصًا باعثة على التراخى فى الإجراءات والقرارات . وعلى سبيل المثال ، تنص المادة الثانية من الميثاق على أن تتعاون الدول العربية المشتركة تعاونًا وثيقًا بحسب النظم السائدة فى كل دولة وأحوالها المتعلقة بالشئون الاقتصادية والمالية . كما تنص المادة السابعة على ضرورة الإجماع كشرط لإلزام الدول العربية المشتركة ، وما يقرره

المجلس بالأغلبية يكون ملزمًا لمن يقبله . أضف إلى ذلك ترك لكل دولة حرية عقد ما تشاء من اتفاقيات مع الدول الأخرى ، واتخاذ ما تراه من قرارات حتى لو تعارضت مع مصالح أى من الدول العربية أو ميثاق الجامعة العربية أو قرارات مجلس الجامعة . وبالرغم من الاقتراحات التى قدمت منذ عام ١٩٦٦ لإجراء تعديلات على الميثاق من قبل لجنة دراسة ميثاق الجامعة إلا أنه لم يتحقق النجاح الكامل لذلك حتى الآن . (شلبى ، ١٩٩٩ : ٦)

٣ - عدم وضوح سياسات صناديق الاتحاد العربى ؛ مما أدى إلى عدم تحقيقها لأهدافها وعدم إسهامها بشكل فعال فى مسيرة التكامل الاقتصادى العربى .

٤ - عدم وجود تنسيق جيد بين الأنظمة النقدية لدول السوق العربية المشتركة ، وعدم معالجتها لعملية تحويل العملات المحلية للدول المشتركة .

٥ - عدم وجود تنسيق حقيقى بين الخطط الاقتصادية للدول أعضاء السوق العربية المشتركة على الرغم من توصية وزراء التخطيط لدول مجلس الوحدة الاقتصادية بذلك خلال اجتماعين عقدا لهذا الغرض عامى ١٩٧٠ و١٩٧١م (بنك الإسكندرية ، ١٩٩٧) .

٦ - ازدواج المهام التى تقوم بها الأجهزة والمنظمات التى تشرف على العمل العربى المشترك . ونشير على وجه الخصوص إلى الازدواجية بين المجلس الاقتصادى والاجتماعى التابع لجامعة الدول العربية ، ومجلس الوحدة الاقتصادية العربية فيما يتعلق بالإشراف على إقامة السوق العربية المشتركة التى صدر القرار بإنشائها فى عام ١٩٦٤ ، والجدل الدائر بينهما - حاليًا - حول أفضلية التنفيذ للسوق العربية المشار

إليها أم للمنطقة التجارية الحرة العربية الكبرى . المجالس القومية المتخصصة (بدون سنة نشر) .

كما يلاحظ على هذه الأجهزة العاملة في مجال التكامل الاقتصادى بالجامعة العربية اختلاف أنظمتها ، وضعف السلطات المخولة لها . وعدم وضوح أهدافها ، وتباين سياستها وضآلة إمكانياتها وخاصة المجلس الاقتصادى الذى يعتبر أهم هذه الأجهزة ولكن يقتصر دوره على تقديم المقترحات لحكومات الدول الأعضاء .

٧ - ضعف آلية التنفيذ اللازمة للاتفاقيات العربية ، وعدم التزام الأعضاء بالاتفاقيات أو قرارات المجلس الاقتصادى ومجلس الوحدة الاقتصادية وتخلى الدول الأعضاء عن تنفيذ القرارات الصادرة عن مجلس الوحدة الاقتصادية بحجة أنها لا تتفق مع الأصول الدستورية لديها . فعلى سبيل المثال ، لم يحقق مجلس التعاون الخليجى ما هو مأمول منه فى تفعيل النظام الأساسى (ميثاق المجلس) وتطبيق بنوده . فالمادة الرابعة من ميثاق المجلس تنص على إنشاء وإقامة هيئة لفض المنازعات بين الدول . وحتى نهاية عام ١٩٩٨ لم تنشأ هذه الهيئة . فلا زالت هناك منازعات حدودية بين بعض الدول العربية وترفع هذه الدول شكواها إلى محكمة العدل الدولية فى لاهاى - وليس إلى جامعة الدول العربية - لفض المنازعات بينها .

٨ - الافتقار إلى وجود سلطة عليا ملزمة وإلى وسائل لتنفيذ القرارات . فاتحاد المغرب العربى - على سبيل المثال - يفتقر إلى وجود سلطة عليا ، ويتم رئاسة مجلس الرئاسة بالتناوب كل ستة أشهر ؛ مما يصعب من إمكانية رئيس المجلس فى دراسة المشروعات أو اتخاذ القرارات . كما أن عملية تنفيذ أى قرارات رهن إرادة الدول الأعضاء ، بالإضافة إلى ضرورة الإجماع .

المبحث الثانى : تصور لمتطلبات تحقيق التكامل الاقتصادى العربى :

يتضح مما سبق أن على الدول العربية أن تتجه إلى التكامل الاقتصادى ، وأن هناك تغيرات وتطورات عالمية فرضت على الدول العربية تحديات يتعين مواجهتها والتعامل معها من موقع الثقل الاقتصادى الجماعى- وأن غياب مثل هذا التكامل الاقتصادى العربى يبدد الوقت والفرص التى تنضم إلى ما ضاع من وقت وفرص فضلاً عن المكاسب الحقيقية الضائعة والخسائر التى تتكبدها والمخاطر التى تتعرض لها .

لذلك من الضرورى رسم تصور للخطوط الرئيسية لتحقيق التكامل الاقتصادى فى إطار الإمكانيات المتاحة الحالية ، وبما يتواءم مع التغيرات العالمية الاقتصادية والاجتماعية والتكتلات الحالية .

وعلى المستوى القطرى يتعين على كل دولة عربية- لتقصير فترة التكامل - تطوير أسواق رأس المال ، والقاعدة التكنولوجية ، وتحديث وتطوير الأنظمة والقوانين التى تتواءم مع متطلبات منظمة التجارة العالمية ، وتطوير مناخ الاستثمار بتوفير البيئة السياسية والاقتصادية والتشريعية والمؤسسية المناسبة ، بالإضافة إلى إعادة هيكلة القطاع الخاص وتطوير الموارد البشرية .

وعلى المستوى العربى يتعين توفير متطلبات كل من الجوانب السياسية والاقتصادية والتنظيمية حتى يمكن تحقيق التكامل الاقتصادى المنشود على النحو التالى :

أولاً - الجوانب السياسية :

هناك خلاف - فى واقع الأمر - حول مدى أولوية العامل السياسى وضرورة توافر الإرادة السياسية قبل توافر الإرادة الاقتصادية لتحقيق التكامل الاقتصادى . فالبعض يستند إلى التجربة الأوروبية ، التى تشير إلى أن الإرادة الاقتصادية كانت الدافع إلى تحقيق التكامل وليست الإرادة السياسية . فلقد دفع الاستثمار ورغبة رؤوس الأموال فى التحرك عبر الأقطار إلى تحقيق هذا التكامل . وفى الواقع يجب أن يتم الاهتمام بالإدارة السياسية للدول العربية ، لأنها تمثل محوراً مهمًا للتكامل الاقتصادى ، وبدونها لن يكون هناك تكامل اقتصادى أو على الأقل سيعمل هذا على تأخره .

ولتحقيق الإرادة السياسية ، لابد من العمل على تحقيق ومراعاة ما يلى :

- بناء الثقة السياسية بين الدول الأعضاء وتحقيق الأمان السياسى . وهو ما يمكن تعريفه بالبعد النفسى والحواجز النفسية .
- محاولة التخلص من المشكلات الحدودية التى تركتها الدول الأجنبية عند رحيلها وعلاجها . فالدولة القطرية العربية لم يكتمل بناؤها ، فهناك مشاكل حدودية كثيرة . وهذا الأمر فى التجربة الأوربية أغلق تمامًا بين الدول الأعضاء . ويمكن القول أن مشكلة الحدود تفسد أى تجمع .
- فصل آليات التعاون الاقتصادى العربى عن الآثار السلبية للتغيرات السياسية الطارئة على العلاقات العربية . وجعلها تعتمد على المصالح الاقتصادية المشتركة فى إطار من النظام المؤسسى لا يعتمد على الأهواء والمصالح الشخصية للمسئولين عن اتخاذ القرار . لذلك لا بد من وجود مؤسسات فى داخل الدولة تهدف إلى التعاون الاقتصادى المستمر بين

الدول العربية لتحقيق المصلحة العامة .

- لابد من التنازل عن جزء من السيادة القطرية . وهذا لن يتأتى إلا من خلال إحساس الحكام بضرورة التكاتف للقيام بالتكامل الاقتصادى وأولويته ومن خلال المشاركة السياسية .
- إقامة مشاركة دفاعية أمنية شاملة لها قوة ردع ، تقوم على أسس محايدة عادلة (الشريعة الإسلامية) فى مهامها ويكون الغرض منها إعداد الدول العربية ما تستطيع من قوة للحفاظ على كيانها من أى عدوان خارجى أو من فئة مسلمة باغية وذلك لتحقيق الآمان السياسى .
- ليس هناك ما يمنع من وجود مشاركة عربية أوروبية . ولكن يتطلب الصالح العربى أن يتم التفاوض حول العلاقات الاقتصادية الخارجية فى إطار تنسيق عربى وتحت مظلة المصلحة العربية؛ حيث ستواجه الدول العربية فى القريب العاجل بخسائر ناتجة عن دخولها مقسمة فى المجتمع العالمى القائم على أسس التجارة الدولية الحديثة ، وشروط منظمة التجارة العالمية . ويصبح من حق المجتمع الأوربى الإعفاء من القيود الجمركية فى السوق العربى فى حين لا يتمتع الإنتاج العربى بنفس التسيير فيما بين البلدان العربية نفسها .

فمن الواضح أن قوة المساومة الجماعية العربية تحتل حاليًا مركزًا متواضعًا فى مواجهة القوة المتوافرة للاتحاد الأوروبى بسبب فارق مستوى التقدم الاقتصادى والوزن الذى يحتله كل من الطرفين فى التجارة الدولية ، وفى تجارة الطرف الآخر بالإضافة إلى درجة التقدم المرتفعة المحققة فى شكل العلاقات الداخلية فى الاتحاد الأوربى كما يلاحظ أن اللجنة الأوروبية عمدت إلى الاتفاق مع كل من تونس والمغرب على قواعد للمنشأ تتيح إمكانية رد الرسوم والتراكم ، فى حين رفعت هاتين المادتين من

الاتفاقيتين مع كل من الأردن وفلسطين ، ثم عرضتها بصورة مختلفة على المفاوض المصرى . ومن ثم صارت هناك أكثر من مجموعة لقواعد المنشأ تربط الدول العربية المتوسطية بالاتحاد الأوروبى (البيومى ، ١٩٩٩ :١١) .

ثانيًا - الجوانب الاقتصادية :

أسفرت تجربة التكامل الاقتصادى العربى- خلال نصف القرن الماضى- عن أداء سلبى ونتائج متواضعة . فضلاً عن القصور عن ملاحقة المتغيرات الاقتصادية العالمية المتسارعة ، والتى تتمثل أبرز معالمها فى ظهور وانتشار التكتلات الاقتصادية ، وتطور النظام الاقتصادى العالمى وزيادة سطوته وتعاظم دور الشركات المتعددة الجنسيات والاندماجات بين المؤسسات الاقتصادية الكبرى .

لذلك لا بد من إعادة صياغة ودفع العلاقات الاقتصادية العربية ، وقد اتضح ذلك فى القرارات الاقتصادية الصادرة عن كل من المؤتمر البرلمانى العربى المنعقد فى مايو ١٩٩٧م بالقاهرة والبرلمان العربى الثامن المنعقد فى نواكشوط فى يونيو ١٩٩٨م بشأن مشروع السوق العربية المشتركة ، ثم قرار مجلس الوحدة الاقتصادية العربية الصادر عن دورته الثامنة والستين على المستوى الوزارى بالقاهرة فى ديسمبر ١٩٩٨ ، بإقرار البرنامج التنفيذى لاستئناف تطبيق السوق العربية المشتركة القائمة فى نطاق اتفاقية مجلس الوحدة الاقتصادية . ويشمل البرنامج على خطة عمل وجدول زمنى يمتد ما بين يناير عام ٢٠٠٠ حتى عام ٢٠٠٢ . ويترتب على هذا القرار إعادة التحرير الكامل للتجارة فى ظل السوق من جميع الرسوم الجمركية والقيود غير الجمركية . كما يترتب على تنفيذه إنشاء منطقة تجارة حرة كاملة خلال سنتين فقط بين الدول الأطراف ، مع فتح باب الاشتراك للدول

الأخرى للارتباط بالمنطقة طبقًا لبروتوكولات تعقد مع كل منها على حدة (إبراهيم ، ١٩٩٩) .

ويلاحظ من ذلك أن مدخل التبادل التجارى ما زال يحوز أهمية خاصة وأولوية فى التكامل العربى من خلال إنشاء منطقة تجارة حرة . بالرغم من عدم تحقيقه لنتائج مرضية فيما مضى . وإذا بررنا بأن هناك أسبابًا أخرى كانت السبب فى عدم تحقيق نتائج إيجابية ، إلا أنه يجب عدم إغفال أهمية المدخل الإنتاجى بالرغم من صعوبات تكوين اتحاد جمركى عربى ، أو سوق مشتركة فى الوقت الحالى ، فلا بد من توسيع القاعدة الإنتاجية ولو فى مجالات ، معينة بجانب وجود منطقة التجارة الحرة .

لذلك يتعين مراعاة تحقيق المتطلبات الآتية لتحقيق التكامل :

- التدرج فى التنفيذ بناء على إستراتيجية واضحة ، والعمل على تحقيق ما يمكن تحقيقه على أرض الواقع . وليس هناك ما يمنع من المضى فى عدة مسارات متوازنة فى وقت واحد تصب جميعها – فى النهاية – فى مسار التكامل الاقتصادى . ويتطلب ذلك توجهًا إستراتيجيًا ؛ ومن ثم تخطيط وتنظيم طويل الأجل . ويتطلب ذلك – بدوره – أن يكون الهدف هو تحقيق التكامل الاقتصادى ، والذى يمكن أن يقسم إلى أهداف جزئية لوضع الإستراتيجية الملائمة ، من خلال تكاملات إقليمية لا تعد هدفًا نهائيًا ، بل سبيلاً إلى التكامل الاقتصادى .
- العمل على حل معوقات القطاع الصناعى العربى بشكل يوفر البيئة المؤسسية والبنية التحتية المناسبة للمحافظة على صناعاتها ، وتوطين صناعات حديثة فيها ، خاصة مع ما تواجهه الصناعات العربية من تحديات تتمثل فى نشوء التكتلات التجارية فى الأسواق الخارجية

الرئيسية للدول العربية فى ظل كل من تحرير التجارة ، وسرعة وتطوير الاتصالات وتقنيات الإنتاج التى غيرت من عناصر الميزة النسبية للمنتجات الصناعية .

كما يتعين أن يتم التوطين للأنشطة الاقتصادية فى الدول العربية؛ بحيث تصبح هياكل الاقتصاديات العربية الصناعية والزراعية والخدمية تكاملية وليست تنافسية .

- إقامة مشروعات عربية مشتركة تكاملية فى مجالات الأنشطة الإنتاجية والخدمية الجديدة تتولى إنشاء مشروعات عربية كبيرة على أسس اقتصادية وتكنولوجية حديثة تستطيع أن تواجه - بكفاءة - الاحتياجات المتزايدة للسوق العربية كوحدة متكاملة وأن تعمل على خلق قاعدة إنتاجية واسعة . وفى هذا الشأن يفضل تحديد المجالات التى لا يوجد بشأنها خلاف بين الدول العربية ، وتكثيف النشاط المشترك المرتبط بها؛ حيث يكون لهذه المجالات مردود إيجابى واضح على جميع الأطراف المشاركة ، لاسيما بعد التطورات الجذرية فى المفاهيم الاقتصادية لمعظم الدول وقيامها بالخصخصة والتحول إلى مفهوم السوق الحر .
- إقامة اتحادات نوعية متخصصة فى مجالات الأنشطة الإنتاجية والخدمية ، ومشروعات البنية الأساسية بهدف التنمية ، والتطوير ، والتنسيق فى مجالات عمل أعضائها ، وتوثيق الروابط بينهما .
- مراجعة المشروعات القائمة لجعلها أكثر كفاءة ، وربطها بمنافع الدول الأعضاء ، مع بذل جهود أكبر نحو تشجيع القطاع الخاص العربى بما يحقق المزايا النسبية والتنافسية ، واستكمال البنية الأساسية والمرافق العامة من طرق ومطارات وكهرباء ووسائل اتصال وغيرها بين الدول

العربية التى تسهل من التحرك تجاه التكامل الاقتصادى .

- تعزيز دور المصارف العربية فى تشجيع التدفقات الاستثمارية البينية العربية فى ضوء الانتشار الإقليمى لعدد منها من خلال وضع التشريعات والأحكام المنظمة لهذه الأنشطة والسماح لها بالتوسع والانتشار عربيًا . وتشجيع قيام وحدات مصرفية عربية إقليمية كبيرة الحجم والقدرات تعزز من كفاءتها فى دخول الأسواق الدولية ، مع تطوير وتنسيق آليات الرقابة المصرفية العربية وتقرير كفاءتها .

ويلاحظ أن كل ما سبق لا يقلل من أهمية ضرورة وجود إصلاحات قطرية . فلابد من تطوير الأداء فى مختلف الإدارات ، خاصة ذات العلاقة بالمنافذ الجمركية ، وتطوير كل من التشريعات المصرفية ، والأسواق المالية بما يتناسب مع الاشتراك فى مجموعة السوق العربية .

ثالثًا - الجوانب التنظيمية :

يعد الجانب التنظيمى من أهم عقبات تحقيق التكامل الاقتصادى العربى ، فبدون وجود تنسيق فى التشريعات على المسار السياسى ، والاقتصادى ، والاجتماعى العربى لن يتحقق النجاح لأى مرحلة من مراحل التكامل . كذلك لابد من وجود تنسيق للسياسات المحلية والوطنية بحيث يتحقق التناغم من المنظور المالى والضريبى على كل من المستوى المحلى والمستوى العربى .

كما يتعين أن يتوافر فى البيئة التشريعية الحوافز والتسهيلات السليمة التى تتفق مع اتفاقية منظمة التجارة العالمية (WTO) من منطلق تصور جماعى للدور العربى يتميز بالشفافية والمواءمة .

هذا بالإضافة إلى عدة متطلبات أخرى أهمها :

- إعادة هيكلة مؤسسات العمل العربى وإنهاء الازدواجية بين أمانة مجلس الوحدة الاقتصادية العربية وغيره من الأمانات وبحيث يتم الفصل بين العمل الاقتصادى عن العمل السياسى . (المنذرى ، ١٩٩٩ :٢٦١)
- إصدار القوانين التى لها قوة الإلزام تدعمها محكمة العدل العربية ، وتساند أحكامها القوة الدفاعية العربية الأمنية . وذلك بعد بناء الثقة السياسية .
- مراجعة جميع الاتفاقات المبرمة وتشكيل الأجهزة المنظمة للسوق مع إعطائها القدرة على الزام الحكومات بتنفيذ القرارات المصادق عليها .
- ابتكار نظام تكامل ذى سرعتين ، فهناك عدد من الدول التى لا تستطيع الإسراع فى التكامل على غرار دول أخرى . ولذلك يمكن عمل تجمع اقتصادى مع من هم على استعداد للسير بسرعة أكبر نحو إقامة التجمع ، مع دعم الدول الأقل نموًا تدريجيًا حتى تستطيع أن تدخل فى هذا التجمع .
- رفع كفاءة الأجهزة المختصة بالتجارة الخارجية ، والرقابة على نشاط المشروعات والاستثمار؛ بما يكفل انسياب حركة التجارة بحرية وفى سهولة ويسر . بالإضافة إلى رفع كفاءة الإدارات الخاصة برسم السياسات ، والتخطيط ، والتنظيم ، والمتابعة ، والتقييم والرقابة . وكذلك النهوض بالمؤسسات ومراكز البحث العلمى بما يعمل على تطوير الإنتاج .
- النهوض بالتشريعات القطرية – المالية ، والمصرفية ، والتجارية ، والبيئية ، والعمالية – للوفاء بمتطلبات التجمع الاقتصادى والتكيف معه ، ومراعاة تحديثها وتطويرها وفقًا للمتغيرات .

الخلاصة :

اتضح من الدراسة أن محاولات الدول العربية لإقامة تكتل اقتصادى لم يحقق نجاحًا يذكر فى أى صورة من صور التكامل ، بل إن النتائج فى هذه التكتلات كانت فى مجملها سلبية أو متواضعة . حيث تشير الدلائل إلى أن محاولات التكامل أدت فى الغالب إلى تعميق الفجوات والفوارق التنموية ، بسبب جنوح الاقتصاديات الأكثر تقدمًا وكفاءة إلى استقطاب الاستثمارات ، وحركة رؤوس الأموال ، والسيطرة على الأسواق ، وذلك على حساب الدول الأقل نموًا فى مجموعة التكتل . بل إن معظم فوائض الأموال العربية كانت تتجه إلى خارج الدول العربية .

وترجع الدراسة أسباب الفشل إلى عوامل عديدة منها الاعتماد على مدخل التبادل التجارى دون وجود قاعدة إنتاجية تسمح له بالتطبيق . كما أن العوامل المساعدة المتمثلة فى اتفاقيات استثمارية ، مثل : اتفاقيات تنمية وحماية الاستثمار ، وتسوية منازعات الاستثمار ، ودراسات ونماذج التخطيط الإنمائى والاتفاقيات الخاصة بتنظيم النقل وانتقال الأشخاص ، لم تنجح فى تدعيم المدخل التبادلى ؛ حيث اختفت الإرادة السياسية والقوة الملزمة للتغيير كما فشلت العوامل الاقتصادية والتنظيمية فى تحقيق التكامل . ومن ثم فقد أرجعت الدراسة أسباب الفشل إلى مجموعة من العوامل قسمتها إلى عوامل سياسية ، وعوامل اقتصادية وعوامل تنظيمية . ووضعت الدراسة تصورًا مستقبليًا للمتطلبات التى يتعين توفيرها فى كل من الجانب السياسى ، والجانب الاقتصادى ، والجانب التنظيمى ، وبحيث يتم توسيع القاعدة الإنتاجية بجانب المدخل التبادلى المتمثل فى اتفاقية إقامة منطقة حرة عربية مع الاهتمام بالتطبيق الصحيح لمدخل المشروعات المشتركة . كما أظهرت الدراسة ضرورة التناسق بين الجوانب الثلاثة ،

والسياسيات المختلفة على المستوى العربى والمستوى القطرى . وليس هناك ما يمنع من التحرك فى أكثر من مسار للتكامل فى نفس الوقت لتحقيق التكامل الاقتصادى .

المراجع

أولاً - المراجع العربية :

- إبراهيم ، إبراهيم (١٩٨٢) . مزايا ومنافع المشاريع الصناعية المشتركة ومشاكل تحليلها ، **ندوة المشروعات الصناعية العربية المشتركة** ، الدوحة ، قطر ٢٨-٣٠ تشرين الثانى ، ص١١ .
- إبراهيم ، حسن (١٩٩٩) . مراجعة لتجربة التكامل الاقتصادى فى العالم العربى ، **مؤتمر تجارب التكامل الاقتصادى فى أوروبا والعالم العربى** ، الإسكندرية : كلية الحقوق - جامعة الإسكندرية ، ٢٢-٢٣ فبراير .
- البطريق ، يونس أحمد (١٩٩٩) . السياسات الدولية فى المالية العامة ، مصر ، الإسكندرية : الدار الجامعية .
- البيومى ، جمال الدين (١٩٩٩) . المشاركة الأوروبية المتوسطية ، أبعاد العلاقات الأوروبية مع العالم العربى ومصر ، **مؤتمر تجارب التكامل الاقتصادى فى أوروبا والعالم العربى** ، الإسكندرية : كلية الحقوق ، جامعة الإسكندرية بالاشتراك مع معهد الشئون الدولية بروما ، ٢٢-٢٣ نوفمبر .
- العنانى ، على (١٩٩٨) . تحديات التجارة العربية ، **مجلة مجلس الوحدة الاقتصادية العربية** ، العدد ١٧ ، السنة ١١ ، نوفمبر ، ص ٨٤- ٨٥ .
- المجالس القومية المتخصصة (١٩٩٦) . تقرير النقل البرى بين مصر والمشرق والمغرب العربى حتى عام ٢٠١٠ أخذ فى الاعتبار المتغيرات فى المنطقة " ، **القاهرة : المجلس القومى للإنتاج والشئون الاقتصادية ، شعبة النقل والموصلات** ، ص ١٣-٥١ .
- المجالس القومية المتخصصة (بدون سنة نشر) . السوق العربية المشتركة والمنطقة الحرة العربية ، القاهرة : **المجلس القومى للإنتاج والشئون الاقتصادية** ، ص١٢-٢٠ .
- المنذرى ، سليمان (١٩٩٩) . السوق العربية المشتركة فى عصر العولمة القاهرة : مكتبة مدبولى .
- بنك الإسكندرية (١٩٩٧) . نحو قيام منطقة حرة للتجارة العربية وإنشاء سوق مشتركة ، **النشرة الاقتصادية** ، مجلد ٢٩ ، القاهرة : بنك الإسكندرية ، ص ٤٧ -٥٠ .
- جامعة الدول العربية (١٩٩٨) . التقرير الاقتصادى العربى الموحد ، **الأمانة العامة** ، سبتمبر ، ١٩٩٨ .

- جامعة الدول العربية (١٩٩٩) . مسيرة التكامل الاقتصادى العربى فى بعض المجالات ، ورقة عمل ، **مؤتمر تجارب التكامل الاقتصادى فى أوروبا والعالم العربى** ، الإسكندرية : كلية الحقوق ، جامعة الإسكندرية ، بالتعاون مع معهد الشئون الدولية بروما - إيطاليا ، ٢٢-٢٣ نوفمبر ١٩٩٩ ، ص٤- ٥ .
- جامعة الدول العربية (٢٠٠٠) . التقرير الاقتصادى العربى الموحد ، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية ، سبتمبر (أيلول) ٢٠٠٠ ، ص ١٤١-١٥٣ .
- جيرونيلام ، فرانسيس (بدون سنة نشر) . **الاقتصاد الدولى** ، ترجمة محمد عزيز ومحمد سعيد الفاخرى ، بنغازى :جامعة قاريونس .
- حشيش ، عادل (١٩٩٣) . **العلاقات الاقتصادية الدولية** ، الإسكندرية : الدار الجامعية ، ١٩٩٣ .
- رشيد ، عبد الوهاب (١٩٩٥) . **الدور التكاملى للمشروعات العربية المشتركة** ، الكويت : كاظمة للنشر .
- رشيد ، عبد الوهاب حميد رشيد (١٩٨٩) . **دور المشروعات المشتركة فى التكامل الاقتصادى العربى** ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، القاهرة : كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، جامعة القاهرة .
- سعود ، سميح عرض عام للمشروعات الصناعية المشتركة حسب المجالات التى **تغطيها ندوة المشروعات العربية المشتركة** ، منظمة الخليج للاستشارات الصناعية ، ص ٤٢-٤٤ .
- سليمان ، معتصم رشيد (١٩٩٠) . التجارة الخارجية العربية ودورها فى التكامل الاقتصادى العربى ، **مجلة شئون عربية** ، ديسمبر ، ص ١٥٢-١٥٣ .
- شقير ، محمد لبيب (١٩٨٢) . المفهوم التكاملى للمشروع المشترك ، **ندوة المشروعات الصناعية العربية المشتركة** ، الدوحة ، قطر : ٢٨-٣٠ تشرين الثانى .
- شقير ، محمد لبيب (١٩٨٩) . الوحدة الاقتصادية العربية ، الجزء الأول ، القاهرة : مركز دراسات الوحدة العربية ، ص ٩٣٩
- شلبى ، إسماعيل(١٩٩٩) ، إمكانيات ومعوقات التكامل الاقتصادى بين الدول الإسلامية فى ظل العولمة ، **مؤتمر اقتصاديات الدول الإسلامية فى ظل العولمة** ، القاهرة : جامعة الأزهر ، ص ٦-١٢ .
- عبد الحميد ، عبد المطلب (١٩٩٨) . **النظام الاقتصادى العالمى الجديد** ، القاهرة : مكتبة النهضة المصرية .

- مجلس التعاون لدول الخليج (١٩٩٢) . المادة الرابعة من الاتفاقية الاقتصادية ، الاتفاقية الاقتصادية ، **الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج** ، ١٩٩٢ ، ص ٦ .

- مجلس التعاون لدول الخليج العربية (١٩٩٨) . قرارات العمل المشترك ، **الأمانة العامة لمجلس التعاون** ، الطبعة الخامسة .

- مجلس الوحدة الاقتصادية العربى (١٩٧٤) . **ندوة المشروعات العربية المشتركة** ، القاهرة : مجلس الوحدة ١٤-١٨ ديسمبر ، ص ٩٠٧-٩٠٨ .

- مجلس الوحدة الاقتصادية العربية (١٩٨٢) . تجربة مجلس الوحدة الاقتصادية العربية فى إقامة المشروعات الصناعية العربية المشتركة ، **ندوة المشروعات الصناعية العربية المشتركة** ٢٨-٣٠ نوفمبر ، الدوحة ، قطر : منظمة الخليج للاستشارات الصناعية ، ١٩٨٣ ، ص ٥٨٥ .

- مجلس الوحدة الاقتصادية العربية (١٩٩٦) . قرار إنشاء السوق العربية المشتركة الصادر من مجلس الوحدة الاقتصادية العربية ، **الأمانة العامة** ، القاهرة : مجلس الوحدة ، أبريل ، ١٩٩٦ .

- مجلس الوحدة العربية : تجربة مجلس الوحدة الاقتصادية العربية فى إقامة المشروعات المشتركة ، مرجع سابق ، ص ٥٨٧-٥٨٩ .

- يسرى ، عبد الرحمن (١٩٩٩) . **قضايا اقتصادية معاصرة ، الإسكندرية** : الناشر قسم الاقتصاد ، كلية التجارة ، جامعة الإسكندرية .

ثانيًا - المراجع الأجنبية :

Agrare, A..(1989). **Measuring the Impact of Economic Integration from Theory and Measurement,** Thomson.

Balassa, B. (1961). **The Theory of Economy Integration,** Homewood, Illinois: Richard D. Irwin, Inc.

Balassa, B. (1961) "Toward A Theory of Economy Integration" **kyklos,** vol. 14, No. 3.

Hazlewood, A. (1967) The Shiftability of Industry and The Measurement of Gains and Losses in The East African common Market" **Bulletin of the Oxford, Institute of Economic Studies,** Vol. 28, No2, Pp. 63-72

Herbert, G. (1977). **Guble, International Economics,** U.S.A : Richard D. Irwin, Inc.

Kindelberger, G.P & lindert, P.H. (1978). **International Economy,** 6th Edition, U.S.A: Irwin Inc, , P. 179

Krugman, (1980). Scale Economic Product Differentiation and The Pattern of Trade, **American Economic Review,** Dec., PP. 950-79.

Myrdel, G. (1950). **An International Economy,** New York: Harper & Ro publishers.

Natalino Ronzitti, (1999) The EU As An Integrated Economic Area: Polices And Perspectives, **Conference on The Experience of Economic Integration on The Arab World and Western Europe,** Faculty of Low of The Alexandria University & The Office of The Italian Development Co- Operation, 22-23 February, pp. 3-23.

Pinder, J. (1968). "Positive Integration and Negative Integration, Some Problems of Economy Union in the EEC., **The World Today,** Vol. 24, No. 3, March, P. 83-95.

W.T.O, (1995). Regionalism and The World Trading System, **World Trade Organization,** Geneva, April, P.37

الأسئلة الكبرى فى التعليم فى مجال الإدارة العامة

تاليف : أ. د. روبرت ب. دنهارت
ترجمة : د. محمد منير الأصبحى
راجع الترجمة : د. صلاح بن معاذ المعيوف

● دورية الإدارة العامة
● المجلد الثاني والأربعون
● العدد الأول
● محرم ١٤٢٣ هـ
● أبريل ٢٠٠٢ م

الأسئلة الكبرى فى التعليم فى مجال الإدارة العامة❖

تأليف : أ.د. روبرت ب. دنهارت❖❖
ترجمة : د. محمد منير الأصبحي❖❖❖
راجع الترجمة : د. صلاح بن معاذ المعيوف❖❖❖❖

بعد ملاحظة Behn أن العلماء فى المجالات الأخرى يدركون ما هى الأسئلة الكبرى فى علومهم ويركزون اهتمامهم ومناقشاتهم على تلك القضايا، حاول علماء الإدارة العامة تحديد "الأسئلة الكبرى" فى مجال الإدارة العامة (Neumann,1996. Kirlin, 1996, 2001. Behn,1995) . وهدفى هنا هو طرح عدة أسئلة كبرى فى التعليم فى مجال الإدارة العامة ، أى تلك الهموم الأزلية والمستمرة التى تتناول المناظير الأساسية التى نجيء بها إلى العملية التعليمية، وخاصة على مستوى الماجستير . وأود بصورة محددة اقتراح أربع أسئلة أساسية يناقشها المتخصصون فى مجال الإدارة العامة منذ عدة عقود .

❖ هذه ترجمة للمقال :
Robert B Denhardt, "The Big Questions in Public Administration Education," The Public Administration Review, 61:5 (Sep/Oct 2001), pp. 526-534 .

❖❖ أستاذ فى كلية الإدارة العامة فى جامعة أريزونا الحكومية .

❖❖❖ أستاذ اللغة الإنجليزية وآدابها المشارك ومترجم فى إدارة الترجمة بمعهد الإدارة العامة – الرياض .

❖❖❖❖ أستاذ الإدارة العامة المشارك ، ومدير عام مركز البحوث بمعهد الادارة العامة – الرياض .

١ – هل نسعى إلى تعليم طلابنا ما يتعلق بالنظرية أم بالممارسة؟

٢ – هل نهيئ الطلاب لوظائفهم الأولى أو للوظائف التى ربما يطمحون إلى الحصول عليها فيما بعد؟

٣ – ما هى الآليات المناسبة لتقديم مقررات الماجستير فى الإدارة العامة ومناهجه؟

٤ – ما هى الالتزامات الشخصية التى نلزم أنفسنا بها بوصفنا متخصصين فى مجال الإدارة العامة؟

وبعد فحص كل سؤال على حدة وملاحظة القضايا التى تشملها كل منها، أود أن أقترح أن النظر إلى هذه الأسئلة من منظور التطوير قد يساعدنا على توضيح كيفية ارتباط هذه الأسئلة بعضها ببعض، ومن ثم قد نتمكن من التوصل إلى أجوبة أفضل لها، أجوبة تدرك اختلاف نوعيات طلابنا وهيئة التدريس لدينا وتبنى عليه .

الأسئلة الكبرى :

هل نسعى إلى تعليم طلابنا ما يتعلق بالنظرية أم بالممارسة؟ لقد شُغل المتخصصون فى مجال الإدارة العامة منذ زمن طويل بمسألة النظرية فى مقابل الممارسة (انظر على سبيل المثال Broadnax 1997؛ Denhardt etal. 1997؛ Denhardt ،White, 1987؛ Hummel 1997؛ Marshall 1997؛ Miller 1997؛ Sellers 1998؛ Ventriss 1991؛ Weschler 1997). ومن المؤكد أنه إذا كان التوتر بين السياسة والإدارة رئيسيًا فى مجال الإدارة العامة، فإن التوتر بين النظرية والممارسة رئيسىٌ فى التعليم فى حقل الإدارة العامة . ويمكن تقسيم مسألة النظرية والممارسة بطرق كثيرة مختلفة. ويقول البعض : إن

نظريات الإدارة العامة توفر أساساً لفهم الممارسة وينبغى أن تساعد "الممارس المتأمل" فى كل شيء يقوم به. ويقترح آخرون أن النظريات فى العادة تكون بعيدة بعض الشيء عن الممارسة، ولذلك ففهم النظرية قد لا يساعد الممارسة، والممارسة هى التى تؤثر فى الواقع .

ويؤكد آخرون أن فهم النظرية يساوى تعلُّمَ "منطق" الحقل المعرفي، وأن الطلاب يحتاجون إلى فهم ذلك المنطق الأساسى أكثر من فهم التفاصيل المباشرة للممارسة كما هى اليوم (التى قد تختلف عن ممارسة الغد). وهناك جماعة أخرى تقول إن الطلاب لا يحتاجون إلى تعلم المنطق فحسب، لكنهم يحتاجون أيضاً إلى المهارات التى تتيح لهم وضع المنطق قيد الممارسة. وتقول جماعة أخيرة تلتقى آراؤها جزئياً مع بعض ما سبق بموازنة التمييز بين النظرية والممارسة بالتمييز بين المعرفة والمهارات وتؤكد حاجة الطلاب إلى قاعدة من المعرفة، لكن لا بد لهم أيضاً من تطوير مهارات محددة يمكن لهم أن يستعملوها فى المواقف الإدارية .

وهناك أيضاً جدلٌ مثيرٌ للاهتمام حول ما إذا كانت النظرية تأتى قبل الممارسة أم الممارسة قبل النظرية. فمعظم منظرى الإدارة العامة يعتقدون أن عملهم يفتح احتمالات جديدة فى الممارسة. لكن قد يؤكد الكثير من العلماء العكس، وهو أن الباحثين فى مجال الإدارة العامة يلاحظون الممارسة ثم يفكرون فى إجراء تطويرات عملية فى عملهم التنظيرى (كما هى الحال عادة فى الموازنات). ومن الواضح أن هذا الجدل يوحى بمشكلات هامة بالنسبة للبحوث والتطوير فى دراسة الإدارة العامة. وهو أيضاً معنى بالعلاقة بين المنظرين والممارسين، وبين الجامعة والمجتمع .

ومما يثير الاهتمام أن ردود فعل الطلاب على مسألة النظرية والممارسة تختلف، ويعود ذلك جزئياً إلى كون الطالب سبق أن التحق بوظيفة أو لم يسبق أن التحق بوظيفة. وقد تكون لدى الكثيرين من مدرسى الإدارة العامة إدراك نقيض للإدراك الحدسى أن الطلاب الذين لم يسبق أن التحقوا بوظيفة والذين تعاملوا قبل وقت قصير مع الجانب التنظيرى شديدو الاهتمام بتعلم "مداخل ومخارج" الإدارة العامة، فى حين أن الطلاب الموظفين أو الذين لديهم خبرة وظيفية سابقة رغم كونهم قد ابتعدوا عن العالم الأكاديمى لفترة من الزمن يشعرون أنهم يعرفون الممارسة ؛ ولذلك فهم معنيون أكثر بالجانب النظرى ، أو بمعنى الأشياء. ولاحظ مدرسون آخرون أن الطلاب المختلفين ينجذبون بدرجة تزيد أو تنقص إما للنظرية أو للممارسة، ويعكس ذلك أساليب تعلم مختلفة بل واختلافات فى أنواع نفسياتهم. فبعض الأنواع النفسية تبدو أكثر ارتياحاً للنظرية، فى حين تجد أنواع أخرى راحة كبرى فى تفاصيل الممارسة الإدارية. ومن المؤكد أن الشيء نفسه صحيح عن هيئة التدريس، فبعضهم أكثر اهتماماً بالنظرية والبعض الآخر بالممارسة. وقد يعطى عضو هيئة التدريس اهتماماً أكبر للنظرية فى مرحلة ما وللممارسة فى مرحلة أخرى.

هل نهيئ الطلاب لوظائفهم الأولى أو للوظائف التى يطمحون إلى الحصول عليها فيما بعد؟ إن معظم طلاب ماجستير الإدارة العامة الذين يدرسون قبل التحاقهم بالخدمة ينتقلون من برامج دراساتهم العليا إلى مراكز تطغى عليها الصبغة الفنية أو التحليلية، مثل وظائف محللى الميزانية أو محللى شؤون الموظفين أو المساعدين الإداريين. والقليلون منهم ينتقلون مباشرة إلى وظائف إدارية، رغم أن الكثيرين منهم يتوقعون بدرجة كبيرة أن يتولوا وهم يتقدمون فى مسارهم الوظيفى مسؤوليات إدارية أكبر فأكبر.

(أليس من المثير أن نتوقع الطلاب الذين لديهم إمكانيات إدارية، وهو شيء لا يبدو أن الدرجات فى كليات الدراسات العليا تساعد على التنبؤ به؟)

ومن الجهة الأخرى يحتمل أن الطلاب الموظفين الذين أمضوا بضع سنوات فى مسارهم الوظيفى قد انتقلوا من مراكزهم التحليلية الأولى إلى وظائف إدارية. وبالإضافة إلى ذلك فقد سبق أن عمل الكثيرين منهم فى حقول ضخمة مثل الخدمات الإنسانية والنقل والقضاء الجنائي، إلخ. ولكن لدى ترقيتهم إلى مناصب إدارية، اكتشفوا فجأة أن خلفياتهم وخبراتهم فى حقل دراستهم "الأصلي" لم يعددهم للعمل فى الإدارة العامة. ومن المؤكد أن الذين يعودون للدراسة كطلاب وهم على رأس العمل إنما يقومون بذلك بدافع من الرغبة لديهم فى تعلم ما يساعدهم فى وظائفهم الإدارية الجديدة.

ويبدو أن الطلاب يحتاجون إلى أنواع مختلفة من المعرفة فى مراحل مختلفة من مسارهم الوظيفي. فالطلاب الذين لم يلتحقوا بالخدمة بعد يحتاجون إلى مهارات تحليلية لعدة سنوات تالية، فى حين أن هناك احتمالاً أكبر فى أن الطلاب الموظفين يحتاجون إلى مهارات إدارية على الفور. هل ندرِّس إذن المهارات التحليلية التى سيحتاج إليها الطلاب الذين لم يلتحقوا بالخدمة أولاً ونأمل أن يكتسبوا المهارات التى يحتاجون إليها وهم يصعدون السلم الوظيفي، متذكرين أن الأبحاث تؤكد على أن المديرين الذين يؤدون أعمالاً تحليلية رائعة لا يستطيعون فى كثير من الأحيان تطوير خطط عملية للتوجهات المطلوبة للأعمال التنفيذية (Yukl 1989,259) ؟ أم هل ندرس المهارات الإدارية، ونحن نعلم أنها لن تكون المهارات التى سيحتاج إليها الخريجون أولاً، ولكن يؤمل أن يحتاجوا إليها يوماً ما (Wooldride, 1987) ؟ وإذا كنا ندرس طلاباً من كلا النوعين معاً، هل نفصلهم وندرس مواد

مختلفة لكل مجموعة تتناسب مع مرحلة مسارهم الوظيفي، أم نبقيهم معاً على أمل أن تتعلم كل مجموعة من الأخرى؟ وإذا أبقيناهم معاً، هل نتوجه بتدريسنا إلى إحدى مجموعتى الطلاب أو نحاول أن نعثر على منطقة وسط مقبولة لكليهما؟

ما هى الآليات المناسبة لتقديم مواد الماجستير فى الإدارة العامة ومناهجه ؟ لقد سيطر هذا السؤال على الاهتمام فى السنوات الأخيرة ، رغم أنه كان مطروحاً لدينا منذ زمن طويل فى صور مختلفة. والسؤال اليوم هو كيف تغيّر التقنية - وبالتحديد التعلم عن بعد - طريقة تقديم المقررات والمناهج وكيف يحتمل أن تغير ما يتعلمه طلابنا (Banas and Emory 1999, Leavitt and Richman 1997, Leip 1999, Mingus 1999, Rydl and Reed and Rahm 1999, Reed 1999, Stowers 1999, Timeny 1996) وإذا كان الطلاب يتعلمون عن بعد، هل هناك ما ينقصهم من حيث التفاعل بين الطلاب وهيئة التدريس وبين الطلاب أنفسهم؟ كيف يمكن أن نوجد مداخل للتعلم عن بعد تسمح بشيء أكثر من الطباعة والقراءة؟

هذه الأسئلة هامة ومعاصرة ولكنها كانت بشكل أو بآخر جزءاً من النقاش حول التعليم فى مجال الإدارة العامة منذ زمن طويل (Balfour and Marini 1991, Cunningham 1997, Denhardt etal. 1997, Hamilton and Pajari 1997, Massic 1995, Newman 1996, Robyn 1998) فعلى سبيل المثال، هل ينبغى إدارة الفصول بأسلوب تعليمى تلقينى يتحمل فيه المدرس المسؤولية الكبرى عن التعلم؟ أم هل ينبغى أن يُطلب من الطلاب المشاركة فى مناقشات وأوضاع تشبيهية وحالات وتمارين مصممة لتشجيع اشتراكهم الفعال فى العملية التعليمية؟ هل هناك مداخل مختلفة

لاكتساب المعرفة مقابل مهارات التعلم؟ إذا أردنا تطوير مهارات أحد الطلاب، كيف نقوم بذلك؟ هل يجب تشجيع الطلاب على إكمال فترات ميدانية تكسبهم خبرات وتجارب تعليمية على رأس العمل؟ ما هى العلاقة بين المشاريع والخبرات ذات العلاقة التى تحدث فى المجتمع والبرنامج التعليمي؟ ما هو دور التعليم القائم على الخبرة فى الفصل الدراسي؟

ما هى الالتزامات الشخصية التى نلزم أنفسنا بها بوصفنا معلمين فى مجال الإدارة العامة؟ إننا نميل إلى التركيز على الطالب - كيف يتغير الطالب، ما الذى تم تعلمه والذى تم تطويره - ونركز على أنفسنا بدرجة أقل. لكن الكثيرين من الأساتذة المفكرين فى مجال الإدارة العامة يدركون كزملائهم فى الحقول الأخرى أن من المحتم أن تؤدى العلاقة بين الطالب والأستاذ إلى تغيير كليهما. وحالما نستوعب هذه الفكرة الأساسية، فمن المؤكد أننا سندرك أن التفاعل الشخصى بين الطالب والأستاذ مساو فى قوته ما يتلقاه الطالب من المعلومات من أستاذه، وفى الواقع قد يكون تأثير التفاعل الشخصى أقوى. فالتعلم عملية مشاركة، والمشاركة تشمل الطرفين.

ما معنى هذا بالنسبة لمدرسى الإدارة العامة؟ حين سألت إحدى الزميلات عن الأسئلة الكبرى فى التعليم فى مجال الإدارة العامة، أجابت أن أحد الأسئلة الكبرى هى "كيف يمكننى تنظيم فصل بحيث يناسب أشخاصاً يمثلون نماذج مختلفة؟ إن من الصعب على التركيز على تفاصيل محددة لتلبية رغبة أشخاص يفضلون التعلم من خلال التفاصيل، لأننى أحب حقاً 'الصورة الكبيرة.'" وبالطبع يمكن أن نقول الشيء نفسه عن عضو هيئة التدريس الذى يفضل التعامل مع التفاصيل المحددة ويواجه

طلاباً يريدون التركيز على الصورة الكبيرة. والنقطة التى تعنينا هى أن الإطار المرجعى للمدرس، وبالتأكيد تكوينه النفسى الأساسي، لهما دور كبير فى العملية التعليمية .

وحين نتناول الأسئلة الكبرى فى التعليم فى مجال الإدارة العامة، فإن واحدة من أكبر الأسئلة هى كيف نرى دورنا نحن فى تلك العملية؟ ما هى "الأهداف الأبعد" للتعليم فى مجال الإدارة العامة؟ ما الذى نحاول إنجازه؟ قد يكون أحد الأهداف الأبعد هو التطوير والتجديد المستمرين لكادر من الممارسين الذين تقع على عاتقهم مهام الإدارة. وقد يكون هدف آخر هو تطوير مهارات محددة فنية وتحليلية وإدارية. وقد تشمل أهدافًا أخرى مثل التحسين المستمر لممارسة الإدارة، ومساعدة الممارسين على تطوير أنفسهم، أو توفير سياق نستطيع من خلاله مساعدة الممارسين على فهم عالمهم وتقديره بصورة أفضل .

وقد نفكر أيضاً فى الخصال الشخصية أو وجهات النظر التى نأتى بها إلى العملية التعليمية. ما هى الأنماط النفسية التى نأتى بها إلى القاعة الدراسية؟ ما هى القيم الشخصية والافتراضات التى نلتزم بها؟ ما هى العدسات التى ننظر من خلالها إلى أداء الطلاب؟ هل نبحث عن شخص يتذكر التفاصيل الدقيقة؟ أم عن شخص يستطيع تطبيق منطق معين على مشكلات جديدة؟ هل يهمنا أن يفهم الطلاب الصورة الكبيرة؟ هل نبحث عن شخص يحصل على درجات جيدة فى الاختبارات، أم عن شخص تتلاءم شخصيته مع الإطار العام لوظيفة المدير العام؟

منظور تطويرى:

إن استمرار الأسئلة الكبرى فى الإدارة العامة فى كونها كبيرة يرجع جزئياً إلى عدم تطويرنا لإطار التعامل معها. وإحدى المشكلات هى أننا نعامل هذه الأسئلة (وغيرها) على أنها منفصلة ومختلفة بعضها عن بعض، ومشكلة أخرى هى أننا نفترض وجود جواب واحد صحيح لكل سؤال. وفى ما تبقى من هذا المقال أود أن أقترح أن الأسئلة الكبرى فى التعليم فى مجال الإدارة العامة متصلة بعضها ببعض بصورة أكبر بكثير مما نلاحظ فى الحالات الاعتيادية، وفهم علاقتها قد يساعدنا فى الوصول إلى إجابات أفضل لها. وإضافة إلى ذلك أود أن أقترح أنه بعد أخذ التنوع فى مجالنا وفى طلابنا بعين الاعتبار يمكن أن تأتى الإجابة بصيغة: "الأمر يعتمد على كذا." وأود أن أستقصى هذه الأسئلة باقتراح أن عملية التعليم والتعلم فى الإدارة العامة رهينة بصورة شديدة بقضايا التطور الشخصى لدى كل من الطلاب وهيئة التدريس، وبالتالى لا بد أن تعكس إجاباتنا عن الأسئلة الكبرى فى التعليم فى مجال الإدارة العامة الحاجات والاهتمامات الفكرية والنفسية معاً لدى طلابنا ولدينا. ولنبدأ بثلاث ملاحظات سأقوم بعد ذلك بالتوسع فيها.

◆ **أولاً:** لا يحتاج المديرون فى المنظمات العامة إلى مجرد اكتساب المعرفة الخاصة بمجال عملهم، بل يحتاجون إلى تطوير مهاراتهم لإحداث تغيير فى القطاع العام، ويحتاجون إلى ثبات أو نضج نفسى معين للقيام بذلك بأكثر الطرق فعالية وبأكبر قدر من المسؤولية. ولا يحتاج المديرون إلى لمعرفة عن الاتصال فحسب، بل يحتاجون إلى القدرة على الاتصال الفعال، ولا يحتاجون إلى معرفة القيادة فحسب، بل يحتاجون إلى أن يكونوا قادرين على القيادة. إنهم يحتاجون إلى ترجمة القول إلى فعل.

◆ **ثانياً**: تختلف احتياجات المديرين فى المنظمات العامة اعتماداً على موقعهم فى مسارهم الوظيفي. فالذين يعملون على المستوى الفنى (وهذا يشمل معظم الخريجين فى المراحل الأولى من مسيرتهم الوظيفية) لديهم مجموعة معينة من الاحتياجات التعليمية، فى حين أن العاملين فى المستوى التنفيذى (وهم عادة الذين تركوا الدراسة منذ فترة من الزمن) لديهم مجموعة مختلفة من الاحتياجات.

◆ **ثالثاً**: بالتسليم بأن العملية التعليمية تنطوى فى العادة على تفاعل إنسانى حميم بين المدرسين والطلاب، لا بد من الإقرار بأن احتياجات التطور لدى الطلاب تتوازى مع مجموعة من احتياجات التطور لدى هيئة التدريس، وأن القوى المحركة للتفاعلات بين الأساتذة والطلاب هى مفتاح للتعليم والتعلم الفعالين والمسؤولين.

وفى رأيى لا يحتاج الطلاب فى الإدارة العامة إلى المعرفة فقط فى مجال عملهم، بل يحتاجون أيضاً إلى العمل بصورة فعالة ومتناسقة لجعل الأمور تتحقق. ومن حسن الحظ أن البحوث الأخيرة التى تعالج التطور الإنسانى تؤكد هذه النقطة بالذات، فهى تقول : إن قدرة الشخص البالغ على التفكير والعمل هى نتيجة لكلتا العمليتين : التعلم والنضج ، وهما وجهان متميزان من التطور الشخصى الذى يؤدى إلى ثلاث مجموعات من النشاطات التطورية : التطور الإدراكى والتطور اللغوى والتطور النفسى (Kohlberg 1971, Habermas1979). وتقر هذه النظرة إلى التطور الإنسانى بأن التطور الإدراكى ذو أهمية كبرى، لكن قدرتنا على العمل تتطلب تعلماً وتطوراً يتجاوزان التطور الإدراكى. فتطورنا اللغوى بالذات (أى قدرتنا على التخاطب مع الآخرين) يمكننا من التفاعل، فى حين يتيح لنا تطورنا النفسى قدراً أكبر من الوضوح والدقة فى التعبير عن نوايانا. وعلى أية حال فإن

الجهد المشترك للتعلم والنضج يتوجه فى نهاية المطاف نحو زيادة استقلالنا عن العالم الخارجى وعن نزواتنا. وكما يبين الشكل (١) لكل خطوة فى تسلسل التعلم/التطور مضامين بالنسبة لأنواع مقدرات حل المشكلات نرى أدلة عنها فى "عالم الواقع،" بما فى ذلك عالم الواقع فى مجال الإدارة العامة وعالم الواقع فى تدريس الإدارة العامة .

الشكل (١) الحاجات التطورية والمهارات الإدارية

التسلسل التطورى	القدرات العامة على حل المشكلات	المعرفة والمهارات لدى المديرين	المعرفة والمهارات لدى الأساتذة
التطور الإدراكى	الإنجاز والتحكم المعرفيين بالأشياء الخارجية	المعرفة الإدراكية للسياسات والبرامج، بالإضافة إلى الإطار الأخلاقى والسياسى فى الحقل	فهم كيفية تدريس الإدارة العامة والقدرة على الانتقال بين النظرية والتطبيق
التطور اللغوى أو التفاعلي	الفهم العاطفى وفهم الآخرين	مهارات التفاعل مع الآخرين أو المهارات السلوكية ؛ مهارات تتعلق بإدارة التغيير؛ أنماط السلوك مثل الاتصال والتحفيز والتفويض والتفاوض والدخول فى علاقات القوة والسلطة	مهارات فى تطبيق أنواع متعددة من الأساليب التدريسية لمخاطبة الطلاب بطريقة تعزز المعرفة والمهارات والقيم
التطور النفسي	تأمل الذات ونقدها والسيطرة عليها وتوجيهها والتعبير عنها واحترامها	مهارات التفاعل مع الذات أو مهارات "العمل": النضج، الثقة بالذات، احترام الذات	القدرة على فهم الذات بطريقة تمكّن من تكوين علاقات أصيلة مع الطلاب وغيرهم

وبصياغة هذه المقولة بعبارات تنطبق على التعليم فى الإدارة العامة، فإن معرفة المرء الإدراكية تتألف من مخزونه من المعلومات عن العالم وطريقته المعيارية فى تفسير العالم، أى وعيه وحكمه على الأمور. وبالنسبة لمن يمكن أن يصبحوا مديرين، يشتمل هذا المجال على معرفة المدير الحقيقية بالبرامج والسياسات والعمليات، بالإضافة إلى فهمه الذهنى الخاص للسياق الأخلاقى والسياسى الذى يتم العمل الإدارى ضمنه. وهذا يشمل بالنسبة لمدرس الإدارة العامة فهم الحقل ومعرفة أصول تدريس الإدارة العامة والقدرة على التنقل بين النظرية والممارسة .

ومهارات المرء فى التفاعل مع الآخرين هى المهارات المحددة ضمن الثقافة وطرق التفاعل المقبولة ثقافياً التى نستخدمها فى تبادلاتنا العادية مع الآخرين. وبالنسبة لمن يمكن أن يصبحوا مديرين ، تتعلق هذه المهارات بأنماط معيارية من السلوك مثل الاتصال والتحفيز والتفويض والتفاوض وفهم المؤشرات السلوكية أو قراءتها والدخول فى علاقات القوة.والسلطة؛ وهى المهارات التى تمكننا من العمل داخل المنظمات وفيما بين المنظمات للتوسط فى الخلافات والتأثير فى عمليات التغيير. وبالنسبة لمدرس الإدارة العامة فهى تتضمن مهارات تطبيق أنواع متعددة من الأساليب التدريسية للتخاطب مع الطلاب بطريقة تعزز المعرفة والمهارات والقيم.

وختامًا فإن مهارات التفاعل مع الذات هى القدرات التى توفر أرضية نفسية وأخلاقية لأفعالنا (Aristigueta 1996, Denhardt and Aristigueta1996, Holmer1996, Adams1995) . وتمنحنا هذه المهارات الثقة للقيام بما تعلمناه معرفياً وما قد نكون مارسناه سلوكياً فى مناسبات سابقة حتى حين نتعرض لضغوط لمنعنا من القيام بذلك . وهى تتيح أيضاً درجة من تأمل الذات المستقل ، وهو خصلة مرتبطة بالمستويات الأعلى من التطور الأخلاقى التى

يذكرها (Kohlberg, 1971) . وهذه المهارات مجتمعة تمكننا من أن نقوم بثقة بترجمة القواعد السلوكية والأفكار إلى عمل. وبالنسبة لمن يمكن أن يصبحوا مديرين ، تتراوح هذه المهارات من بناء قدر من النضج والثقة بالنفس كاف للعمل بشكل فعال ومسؤول فى المنظمات العامة، إلى القدرة على تصنيف القضايا التنظيمية ودور المنظمة فى المنظومة الإدارية بشكل عام. وبالنسبة لمدرس الإدارة العامة، قد تشمل هذه المهارات القدرة على فهم أساس دراستنا للإدارة العامة بطريقة أكثر عمقاً وذات طابع شخصى أكبر، وفهم أنفسنا بطريق تمكننا من الاتصال مع الآخرين، ومنهم طلابنا، بطريقة أكثر أصالة .

ومن خلال ذلك يتضح بشكل جلى أن المشكلات المتعلقة بالحصول على المهارات التى من خلالها نستطيع التصرف بطريقة فعالة ومسؤولة داخل الأطر التنظيمية والتعليمية يجب أن ينظر إليها على أنها متصلة بصورة وثيقة بعملية التطور الذاتى بشكل عام. فالطلاب يحتاجون إلى تعلم المعرفة الإدراكية والمهارات المطلوبة فى عالم التفاعل بين الأشخاص، لكنهم يحتاجون إلى أكثر من ذلك: فهم يحتاجون إلى بناء الثقة بأنفسهم واحترام الذات بحيث يمكنهم التصرف بطريقة منسجمة مع معتقداتهم وقيمهم. (وهذه طريقة للقول بأن على المرء أن يكون مستقيماً فى عمله.) وينطبق الشيء نفسه على أعضاء هيئة التدريس. ففى كلتا الحالتين، هناك احتمال أكبر فى أن الأشخاص المطمئنين إلى شخصياتهم (وهى نتاج عمليات التطور الشخصية) سيتصرفون بشكل يتفق مع علمهم ومبادئهم (وكلاهما ناتج عن التعلم)، حتى حين التعرض لضغوط لعدم القيام بذلك .

المتطلبات التطويرية للمديرين مع مرور السنين :

من المهم ملاحظة أن مستويات التطور التى يرد وصفها هنا لا تمثل تسلسلاً زمنياً. بل إن هناك أنواعاً مختلفة كثيرة من مراحل تطور الأفراد، بعضها له علاقة بهموم كبيرة مختلفة، وبعضها بالضغوط الآنية مثل الضغوط وعدم التأكد. ولهذا السبب فإن من الهام ربط هذه القضايا التعلمية والنضجية بالسياق الذى يجد الأشخاص أنفسهم ضمنه. وقد لاحظنا من قبل احتمال أن يلعب المديرون أدواراً مختلفة فى مراحل مختلفة من مسارهم الوظيفى (كما هو الحال بالنسبة للمعلمين). وأنا اقترح الآن أن هذه المراحل فى المسار الوظيفى تتحد مع المستويات المختلفة من التطور النفسى الذى استعرضناه الآن لتشكل "مهام" محددة تختلف باختلاف الأفراد .

وقد تساعدنا فى تفكيرنا بهذه النقطة صياغة (1967) James Thompson الكلاسيكية لثلاثة مستويات متداخلة من المسؤوليات التنظيمية : المستوى الفنى يعنى بالأداء الفعال للمهمة الأساسية للمنظمة؛ والمستوى الإدارى يعنى بالتوسط بين المجموعة الفنية والأشخاص العاملين فى المستوى المؤسساتى بالإضافة إلى توفير الموارد الضرورية لإنجاز المهام الفنية؛ والمستوى المؤسساتى يعنى بالعلاقة بين المنظمة بصفتها مؤسسة والنظام الاجتماعى أو السياسى الأوسع الذى تشكل جزءاً منه.

وقد انعكس عمل تومسون فى وقت لاحق فى دراسة أجراها مكتب إدارة شؤون الموظفين (١٩٨٥م) سعت إلى تحديد أنواع المهارات المطلوبة فى المستويات المختلفة للحكومة الفدرالية. وقد أكدت أنه مع صعود المديرين فى السلم التنظيمى لا بد لهم من تجميع مجموعات من المهارات تزداد

اتساعاً باستمرار. وقد أوضح الباحثون أن على الأشخاص فى المواقع التنفيذية القيام بعمل المنظمة الفني، أى أن عليهم إظهار كفاءة فنية. ولكن مع انتقالهم إلى مراكز إشرافية، لا بد لهم من تطبيق مهارات الاتصال والحساسية تجاه الآخرين والبدء بإظهار الخصائص التى تحتاج إليها المستويات القيادية الأعلى. وعلى مديرى الإدارة الوسطى أن يظهروا جميع خصائص الفعالية هذه، ولكن عليهم أيضاً أن يبدؤوا باكتساب المهارات اللازمة للمستوى التالي، وهى منظور واسع ورؤية إستراتيجية وحساسية بيئية .

وبالنسبة لهذه النقطة، فقد أكّدتُ قيمة التفكير فى التعليم فى مجال الإدارة العامة فى سياق التطور الشخصى (أى التطور الإدراكى ومهارات التفاعل بين الأشخاص أو المهارات السلوكية، ومهارات التفاعل مع الذات أو مهارات العمل)، واقترحتُ وجود الحاجة إلى قدرات مختلفة فى مراحل مختلفة من المسار الوظيفى (من المستوى الفنى إلى الإدارى إلى المؤسساتى أو التنفيذي). وفى الشكل (٢)، جمعت هذه القضايا بوضع التطور الشخصى على المحور العمودى والتطور الوظيفى على المحور الأفقي. وقمتُ بعد ذلك بإضافة بعض الأمثلة عن أنواع التعلم والتطور المناسبين فى كل مرحلة .

الشكل (٢) التطور الشخصي والمسار الوظيفي

	المستوى الفني	المستوى الإداري	المستوى المؤسساتي
المعرفة الإدراكية	مهارات تحليلية أساسية في الموارد البشرية والميزانية والعمليات المالية وإدارة المعلومات (بما في ذلك إتقان استخدام الحاسب الآلي) والمهارات التحليلية وفهم للسياسة العامة وللبيئة التنظيمية	معرفة النظم الفنية والإدارية، بالإضافة إلى تصميم المنظمة وعملياتها، ويشمل العمل موضوعات مثل القوة والتأثير والحوافز والتفويض وإيجاد اتصالات داعمة	معرفة العلاقات بين المنظمات والبيئة التنظيمية، بما فيها تلك المتعلق بالأدوار التنفيذية والسياسات
مهارات التفاعل مع الآخرين	مهارات الاتصال الأساسية كالتحدث والكتابة والاستماع، بالإضافة إلى القدرة على العمل في أوضاع تنظيمية مختلفة، بما في ذلك فرق ومجموعات العمل	المهارات والقدرات المطلوبة في الإدارة الداخلية للمنظمات العامة، والمهارات والقدرات المطلوبة لدعم السياسات الداخلية، ويشمل ذلك التأثير على الآخرين والتخاطب والتفويض، الخ.	القدرة على إبراز نشاطات المنظمة للجمهور والتفاوض للتوصل إلى إجماع يتخطى حدود المنظمات وتسهيل ذلك الإجماع وبناؤه
مهارات التفاعل مع الذات	نضج وثقة بالنفس كافيان للعمل بفعالية ومسؤولية في المنظمات العامة	مهارات متنامية في تأمل الذات ونقدها؛ إدراك وفهم متزايدين للذات وللآخرين	استقرار نفسي قوي يتيح تطوير وجهات نظر مستقلة خاصة بالعلاقات التنظيمية والبيئية وبدور المنظمات العامة في نظام الدولة

إعادة النظر فى الأسئلة الكبرى :

إن إدراك التفاعل بين التعلم والتطور النفسى والمسار الوظيفى يوحى بأن مهمة التعليم فى مجال الإدارة العامة أكثر تعقيداً مما توحى به الأسئلة الكبرى التقليدية فى التعليم فى مجال الإدارة العامة. ففى حين تصاغ الأسئلة الكبرى عادة بطريقة توحى بوجود إجابة واحدة "صحيحة" لكل منها، توحي مناقشتنا للتطور الشخصى والنفسى للطلاب ولهيئة التدريس بأن القضايا معقدة إلى حد كبير. (والحقيقة أن أحد أسباب استمرار البحث فى هذه الأسئلة هو بالضبط لأنه ليست لها إجابة واحدة.)

وقد تكرر افتراض الأساتذة فى مجال الإدارة العامة أنه توجد طريقة واحدة مثلى لبناء البرامج والسياسات وأن المدخل الذى يجب أن نتبعه مع طلابنا هو مدخل المقاس الواحد الذى يناسب الجميع. فعلى سبيل المثال تتشابه معظم مناهج الماجستير فى الإدارة العامة فى الولايات المتحدة الأمريكية إلى حد كبير، ومن المؤكد أنه ضمن الجامعة الواحدة يندر أن تختلف المتطلبات اختلافاً كبيراً، ما عدا فيما يتعلق بالتخصص الدقيق (Cleary, 1990) . وبصورة مماثلة، نادراً ما تختلف معايير القبول فى ماجستير الإدارة العامة وفق خلفية المتقدم وخبرته. وإلى حد كبير تتحدد الطريقة التى نتناول بها التمييز بين النظرية والممارسة من خلال اختيارات المناهج، بل وأكثر من ذلك من خلال تجارب الأفراد من أعضاء هيئة التدريس واهتماماتهم، بدلاً من أن يحددها الإقرار بأن الطلاب المختلفين بحاجة إلى مزيج مختلف من النظرية والممارسة. وعلى نحو مماثل، فإن أساليب التدريس ومداخله متماثلة نسبياً، حيث إن من الأرجح أن تعكس الاختلافات تفضيلات الأفراد من أعضاء هيئة التدريس وليس جهداً للملاءمة بين أسلوب التدريس والمادة. ومن جهة أخرى إذا أدركنا التنوع

والاختلاف بين طلابنا وأعضاء هيئة التدريس واستفدنا منهما قد نقترب أكثر من الإجابة على الأسئلة الكبرى فى التعليم فى مجال الإدارة العامة. كيف نصيغ إذن الأسئلة الكبرى؟

هل نسعى إلى تعليم طلابنا ما يتعلق بالنظرية أم بالممارسة؟ هناك أسباب جيدة توحى أن الطلاب فى مرحلة من مراحل مسارهم المهنى يكونون أكثر انفتاحاً على المسائل النظرية فى مقابل العملية مما يكونون فى مراحل أخرى مختلفة. فيبدو أن الطلاب ذوى الخبرة الأوسع أكثر اهتماماً بالجانب النظرى للإدارة العامة من الطلاب حديثى التخرج من البرامج الجامعية الأولى. وينسجم هذا مع منظورنا التطورى الذى يوحى أن من المرجح أن الطلاب حين ينضجون يصبحون أكثر تأملاً وانتقاداً للذات، وأكثر اهتماماً بتحقيق تكامل بين معتقداتهم وقيمهم. وفضلاً عن ذلك، هناك ما يدعو إلى الاعتقاد بأن الاهتمام بالنظرية فى مقابل الممارسة يعكس ببساطة نوع نفسية الطالب. فبعض الناس أكثر اهتماماً بالنظرية من غيرهم-وينطبق هذا على أعضاء هيئة التدريس بالإضافة إلى انطباقه على الطلاب .

وإذا اختلف طلابنا فيما يتعلق باحتياجاتهم أو اهتماماتهم بالنظرية أو بالممارسة، واختلف أيضاً أعضاء هيئة التدريس، فإن إحدى طرق تناول قضية النظرية والممارسة هو إيجاد فرص متنوعة للطلاب ولهيئة التدريس لتلبية احتياجاتهم واهتماماتهم الخاصة. فعلى سبيل المثال، يمكن لنا محاولة أن نولى عناية كبرى فى تحديد المراحل - فى كل من تطور المسار المهنى لدى الطلاب وتطورهم النفسي - التى يكون من الأنسب فيها أن نولى النظرية اهتماماً أكبر ، وأن نركز على النظرية فى تعليم طلابنا الذين يكونون فى تلك المراحل. وبصورة مماثلة يمكن أن نحاول تحديد أعضاء

هيئة التدريس الذين يميلون أكثر إلى الجانب النظرى ونتأكد من قيامهم بتدريس الطلاب الذين لديهم هذه الاحتياجات والمهارات. وبالطبع علينا القيام بالشيء نفسه بالنسبة للطلاب وهيئة التدريس المهتمين أكثر بالناحية العملية .

هل نهيئ الطلاب لوظائفهم الأولى أو للوظائف التى يطمحون إلى الحصول عليها فيما بعد؟ يوحى الشكل (٢) أن الطلاب فى المراحل المختلفة من مسارهم الوظيفي - أو بصورة أدق فى مستويات مختلفة داخل منظماتهم - يكون لديهم احتياجات كبيرة مختلفة من حيث المعرفة والمهارات. فعلى سبيل المثال من المحتمل أن يحتاج الذين يكونون فى المستوى المؤسساتى إلى معرفة بالبيئات التنظيمية وبعملية تطوير السياسات أكبر مما يحتاج إليه غيرهم. وعلى نحو مماثل يحتمل أن يحتاجوا إلى مهارات التفاوض التى تخرج خارج حدود المنظمة. بل ويمكننا استقصاء احتمال أن الأشخاص فى بعض المجالات يقومون بأعمال تستند أكثر إلى المعرفة وغيرهم فى مجالات أخرى يؤدون أعمالاً ترتكز أكثر إلى المهارات. وكمثال على ذلك، فإن القيام بتحليل للسياسة على أسس فنية يرتكز أكثر إلى المعرفة فى حين أن الاتصال مع الموظفين ومحاولة تحفيزهم يرتكز أكثر على المهارات .

وحين يكون لدينا فهم للمتطلبات المختلفة من المعرفة والمهارات لدى الأشخاص فى الأماكن المختلفة من المنظمات العامة قد يمكننا ذلك من تصميم برامج محددة تلبى احتياجات الطلاب فى تلك المستويات. بل وقد نحتاج حقاً للتفكير بصورة مختلفة حول الأهداف البعيدة للتعليم فى مجال الإدارة العامة ، اعتماداً على المجموعات التى نتوجه إليها. فبالنسبة للبعض قد يكون هدفنا الأساسى تطوير المهارات، وقد يكون بالنسبة لآخرين توفير

سياق أخلاقى وفكري. إن التوصية الواضحة بالنسبة لنا هى أن نقوم بتصميم مناهج لدرجة الماجستير فى الإدارة العامة تختلف بالنسبة للطلاب الذين لم يدخلوا الخدمة بعد عنها بالنسبة للطلاب الموظفين (وفق الخطوط المشار إليها فى الشكل(٢). وفى الحالات التى لا يسمح حجم البرنامج فيها القيام بذلك، يمكن البدء بمجموعة من المقررات الأساسية المشتركة وإتباعها بمواد اختيارية مختلفة. ففى أدنى درجة، يمكن أن تكون الخبرة الأساس مختلفة بالنسبة للنوعين من الطلاب.

بل قد نود أن نفكر فى درجة للممارسين المتقدمين، مصممة خصيصاً للمديرين التنفيذيين فى أعلى المستويات، وقد تشمل حتى بعض من سبق لهم الحصول على ماجستير فى الإدارة العامة أو درجة علمية ذات علاقة. ففى الوقت الحاضر يتركز هذا النوع من التدريب بصورة أساسية فى مواد دراسية أو حلقات تطويرية لا تُحتسَب للدارسين، ولكن من الممكن بناء برنامج جديد يلبى احتياجات المسؤولين الكبار فى المنظمات العامة. وليس من الضرورى أن تكون هذه الدرجة درجة الدكتوراة، لأنها لن تكون ذات توجه بحثى (Adams and White 1994, Brewer et al. 1998-1999, C;ayton 1995, Felbinger and Holzer and Forrester 1996). بل ستكون درجة جديدة كلياً تزود الطلاب بالمعرفة والمهارات والقيم التى يحتاجون إليها لممارسة أعلى مستويات الإدارة الحكومية .

ما هى الآليات المناسبة لتقديم مقررات الماجستير فى الإدارة العامة ومناهجه؟ يوحى إدراك تنوع احتياجات طلابنا واهتماماتهم أن هناك آليات تقديم مختلفة تناسب المراحل المختلفة فى تطور الطلاب النفسى الشخصى وفى مواقع مختلفة فى مساراتهم الوظيفية. ويوحى فهمنا للعملية التطورية أن طلاب الإدارة العامة يحتاجون لاكتساب المعرفة

الإدراكية ومهارات التفاعل بين الأشخاص ومهارات التفاعل مع الذات. ومن الواضح أنه يمكن استخدام مداخل تعليمية مختلفة فى كل من هذه المراحل. فعلى سبيل المثال يمكن أن يكتسب الطلاب المعرفة الإدراكية بقراءة الكتب والاستماع للمحاضرات والقيام بمشاريع بحثية (وهذه ليست سوى بعض المداخل). ومن جهة أخرى قد يكون من الأنسب أن يتم تعلم مهارات التفاعل بين الأشخاص من خلال التركيز على التدريب العملي، بما فى ذلك الحالات والتمارين الجماعية .

ويمكن أن يحدث التعلم فى بيئات مختلفة، وتأتى كثير من المهارات والمعارف المتفرقة التى يكتسبها الإداريون الناجحون من سلسلة من التجارب أوسع بكثير مما تغطيه برامج الشهادات. فالكثير مما يتعلمه الطلاب على النطاق المعرفى ونطاق التفاعل بين الأشخاص ومع الذات يحدث خارج تجربة ماجستير الإدارة العامة - وهذا التعلم قد يختلف بالنسبة للمستويات المختلفة من المعرفة التى نناقشها. فعلى سبيل المثال يمكن أن تكون تجارب القاعات الدراسية أنسب بالنسبة لتطوير المعرفة الإدراكية، فى حين قد يكون التدريب على رأس العمل أو الخبرة الإدارية الأسلوب المناسب (بل والضروري) لتطوير مهارات التفاعل بين الأشخاص ومع الذات (رغم أننى أؤكد أنه يمكن تحسين تلك المستويات الثلاثة فى كل من القاعة الدراسية والواقع الحقيقي) .

وقد يساعدنا هذا المنظور أيضاً على فهم المناقشة المعاصرة حول التعليم عن بعد، بالإيحاء بأن التعليم عن بعد يناسب بصورة أكبر بكثير فى مساعدة الطلاب على اكتساب المعرفة الإدراكية منه فى اكتساب مهارات التفاعل. وحين يقدَّم التعلم عن بعد بصورة صحيحة قد يثبت أنه أكثر قيمة حتى من محاضرات القاعات الدراسية. (فعلى سبيل المثال يمكن

للطلاب التعلم بالمعدل المناسب لهم، ولا يضطرون إلى الاعتماد على المذكرات التى كثيراً ما تكون عشوائية، ويمكنهم الاستفسار من الأستاذ دون شعور بالحرج.) ومن جهة أخرى، يعتمد اكتساب مهارات التفاعل بين الأشخاص ومع الذات على توفر الفرصة على اللقاءات مع أعضاء هيئة التدريس ومع الطلاب الآخرين ومع الممارسين فى ظروف تتيح للطلاب ممارسة أنماط السلوك وبناء احترام الذات. ومن الصعب تخيل أن مثل هذا النوع من التعلم يمكن أن يحدث بدون التفاعل وجهاً لوجه .

ما هى الالتزامات الشخصية التى نلزم أنفسنا بها بوصفنا معلمين فى مجال الإدارة العامة؟ إن المنظور التطويرى الذى نعرضه هنا يذكرنا أننا ننمو ونتطور مع نمو وتطور طلابنا طوال الفترة التى يقضونها فى برامجنا. واهتمامات وتوجهات أعضاء هيئة التدريس تختلف بمرور الزمن، بناء على الهموم الكبيرة والجديدة التى تشغل تفكيرنا، والتغيرات النفسية التى نتعرض لها فى حياتنا. فعضو هيئة التدريس الذى يبدأ بتدريس الميزانية قد يصبح مهتماً بالسياسة البيئية. والعضو الذى يبدأ فى إيجاد نظرية مجردة قد ينحو بعد بضع سنوات نحواً عملياً إلى حد أكبر بكثير (أو العكس). وقد تتغير توجهات أعضاء هيئة التدريس بناء على الخبرة الإدارية التى يتلقونها فى الجامعة أو خبرات الاستشارة التى تتكون لديهم خارجها. وأياً كانت الحالة، يجب أن تولى كليات وأقسام الإدارة العامة (بالإضافة إلى الجامعات التى توجد فيها هذه الكليات والأقسام) انتباهاً إلى الاحتياجات والاهتمامات المتغيرة لدى هيئة التدريس مع مرور الزمن.

إن أعضاء هيئة التدريس يمرون بمراحل عدة خلال مسارهم الوظيفي. فالأستاذ الجديد فى المهنة يكون مشغولاً بالتكيف مع العالم الأكاديمى وإثبات كفاءته، ويهتم عضو هيئة التدريس الذى فى منتصف حياته

الأكاديمية بالنفوذ والمكافآت على الرغم من أنه يبدأ يدرك التحولات التى تحدث فى القضايا من حوله، فى حين يهتم عضو هيئة التدريس الذى قضى وقتاً طويلاً فى الجامعة بالاحترام والتقدير ويبدأ بالانسحاب التدريجى (Baldwin 1990 , 31-37) . ولا تؤثر هذه المراحل المهنية فى اهتمامات عضو هيئة التدريس فحسب ، بل تؤثر فى علاقته مع زملائه ومع الطلاب. فعلى سبيل المثال قد يأتى عضو شاب فى هيئة التدريس للطلاب وأعضاء هيئة التدريس الآخرين برؤى أكاديمية هامة معاصرة، فى حين قد يلعب عضو من كبار أعضاء الهيئة دوراً هاماً فى تعليم الأعضاء الأصغر سناً بالإضافة إلى الممارسين ذوى المراكز المتقدمة.

وقد يكون تصميم برنامج لتطوير أعضاء هيئة التدريس لا يرعى الشبان منهم ويدعمهم فحسب، بل يلبى الاحتياجات المتغيرة لمن هم فى منتصف الطريق ولكبار أعضاء هيئة التدريس، هو أفضل طريقة لملاءمة احتياجات هيئة التدريس واهتماماتها مع احتياجات الطلاب واهتماماتهم. ولا بد لهيئة التدريس ومديرى البرامج من إدراك الاهتمامات الكبيرة المتغيرة لدى الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، بالإضافة إلى احتياجهم ليس لاكتساب المعرفة الإدراكية فقط، بل وأيضاً لتطوير مهاراتهم فى التفاعل مع الأشخاص وبناء أساس متين ومستقل للتأمل والنقد الذاتي. وبهذه الطريقة وحدها يمكننا وضع برامج تعليمية تلبى احتياجات طلابنا، وتعدهم للانخراط فى العالم المهني، وتستغل جميع مهارات هيئة التدريس واهتماماتها.

خاتمة :

إن المنظور التطويرى المقترح هنا لا يجيب عن الأسئلة الكبرى فى التعليم فى مجال الإدارة العامة، رغم أنه قد يمثل منظوراً جديداً للتفكير من خلاله فى هذه المسألة. وهو يقترح بصورة محددة أن تنوع احتياجات طلابنا واهتماماتهم معقد جداً ويجب تحليله بدقة أكبر من التحليل الذى كثيراً ما نستخدمه فى مناقشاتنا للمناهج وسياسات القبول والمواضيع ذات العلاقة. وهو يقترح بالإضافة إلى ذلك أن يلتقى الطلاب وأعضاء هيئة التدريس ، على أساس أن كلتا المجموعتين تمران فى مراحل هامة من التطور الشخصى والمهنى والنفسي. إننا ندخل حياة الطلاب فى وقت شديد الأهمية، وقت الاستكشاف والتغير، وقت الالتزام المتطور وإدراك الذات، وقت الاكتشاف والالتزامات الجديدة. وسيكون التعليم فى أقصى فعاليته حين ينطوى على عملية من المشاركة المتبادلة يدخل الطالب والمدرس فيها فى العلاقة التى توجد الظروف التى يمكن ازدهار التعلم والتطور الشخصى المناسبين ضمنها، وذلك بالنسبة لكل من الطالب والمدرس.

شكر وتقدير :

يود الكاتب التعبير عن تقديره لزملائه فى كلية الإدارة العامة فى جامعة أريزونا الحكومية Arizona State University لمساعدتهم فى بلورة هذه الأفكار. ويتوجه بشكر خاص إلى جف تشابمان Jeff Chapman وجو كاير Joe Cayer وجانت دنهارت Janet Denhardt ولارى مانكين Larry Mankin وباربرا مكيب Bar- bara McCabe ولو وشلر Lou Weschler .

الكاتب :

روبرت ب. دنهارت أستاذ فى كلية الإدارة العامة فى جامعة أريزونا الحكومية وأستاذ زائر فى جامعة ديلاور University of Delaware. والدكتور دنهارت رئيس سابق للجمعية الأمريكية للإدارة العامة American Association of Public Administration وعضو فى الأكاديمية الوطنية للإدارة العامة Nation-al Academy of Public Administration. وقد نشر أربعة عشر كتابا، منها إدارة السلوك الإنسانى فى المنظمات العامة والمنظمات غير الربحية Managing Human Behavior in Public and Non-Profit Organizations والإدارة العامة: التوجه العملى Public Administration: An Action Orientation وفى ظل التنظيم In the Shadow of Organization والسعى إلى مغزى The Pursuit of Significance. كما نشر أكثر من خمس وسبعين مقالة فى المجلات العلمية، خاصة فى مجال القيادة والإدارة والتغيير التنظيمي. وقد حصل على درجة الدكتوراة من جامعة كنتكى University of Kentucky. عنوانه الإلكترونى هو: rbd@asu.edu .

المراجع

Adams, Guy B., and Jay D. White. 1994. Dissertation Research in Public Administration and Cognate Fields. **Public Administration Review**76-565 : (4) 52 .

______.1995. The Public Administration Doctorate. A Degree in Search of a Purpose. **Journal of Public Administration Education.** 76-67 : (1) 1

Aristigueta, Maria. 1997. Strategy and Theory for Intrapersonal Development in Public Administration Education. **Journal of Public Administration Education** 76-163 : (2) 3 .

Baldwin, Roger C. 1990. **Faculty Career Stages and Implications for Professional Development. In Enhancing Faculty Careers,** edited by Jack H. Schuster, Daniel W. Wheeler, and Associates, 20-40. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Balfour, Danny L., and Frank Marini. 1991. Child and Adult, X and Y: Reflections on Public Administration Education. **Public Administration Review** 85-478 : (6) 51.

Banas, Edward J., and Frances W. Emory. 1998. History and Issues of Distance Education. **Public Administration Quarterly** 83-365 : (3) 22 .

Behn, Robert D. 1995. The Big Questions of Public Management. **Public Administration Review.** 24-313 : (4) 55

Brewer, Gene A., Rex L. Facer II, Laurence J. O'Toole, Jr., and James W. Douglas. 1998. The State of Doctoral Education in Public Administration: Developments in the Field's Research Preparation. **Journal of Public Affairs Education .** 12335 : (2) 4

______.1999. Determinants of Graduate Research Productivity in Doctoral Programs of Public Administration. **Public Administration Review** . 82-373 : (5) 59

Broadnax, Walter. 1997. Educating Tomorrow's Public Administrators. **Journal of Public Administration Education** 3(3) : 391 .

Clayton, Ross. 1995. The DPA: Contributing to Society's Need for Scholarship and Leadership. **Journal of Public Administration Education** . 616 : (1) 1

Cleary, Robert E. 1990. What Do Public Administration Masters Programs Look Like? Do They Do What Is Needed? **Public Administration Review** . 73-663 : (6) 50

Cunningham, Bob. 1997. Experiential Learning in Public Administration. **Journal of Public Administration Education.** 28-219 : (2) 3

Denhardt, Robert B., and Maria P. Aristigueta. 1996. Developing Intrapersonal **Skills. In Handbook of Public Administration,** edited by James Perry, 682-96. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Denhardt, Robert B. and Jay D. White. 1987. **Integrating Theory and Practice in Public Administration. In Reforming American Government,** edited by Don Calista, 311-20. Greenwich, CT: JAI Press.

Denhardt, Robert B., Jerome R. Lewis, Jeffrey R. Raffel, and Daniel Rich. 1997. Integrating Theory and Practice in MPA Education. **Journal of Public Administration Education. 62-135 : (2)3**

Felbinger, Claire, Marc Holzer, and Jay D. White. 1999. The Doctorate in Public Administration: Some Unresolved Questions and Recommendations. **Public Administration Review.** 64-459 : (5) 59

Habermas, Jurgen. 1979. **Communication and the Evolution of Society.** Boston, MA: Beacon Press.

Hambrick, Ralph. 1997. The Identity, Purpose, and Future of Doctoral Education. **Journal of Public Administration Education** . 3.49-133 : (2)

Hamilton, Diana, and Roger Pajari. 1997. Effective Communications among Stakeholder: A Key Component for Successful Internship Programs. Journal of Public **Administration Education** 16-202 : (2) 3

Holmer, Leanna L., and Guy B. Adams. 1995. The Practice Gap: Strategy and Theory for Emotional and Interpersonal Development in Public Administration Education. **Journal of Public Administration Education.** 1(l): 1-22

Hummel, Ralph P. 1997. On the Usefulness of Theory to Practitioners. **Journal of Public Administration Education.** 37582 : (3) 3

Kirlin, John J. 1996. The Big Questions of Public Administration in a Democracy. **Public Administration Review.** 23-416 : (5) 56

,2001,------------------ Big Questions for a Significant Public Administration. **Public Administration Review** . 3-140 : (2) 61

Kohlberg, Lawrence. 1971. **From Is to Ought. In Cognitive Development and Epistemology,** edited by Theodore Mischel, 151-236. New York: Academic Press.

Leavitt, William M., and Roger S. Richman. 1997. The High Tech MPA: Distance Learning Technology and Graduate Public Administration Education. **Journal of Public Administration Education** . 28-13 : (1) 3

Leip, Leslie. 1999. An Internet Integration Plan for the MPA Curriculum. **Journal of Public Affairs Education** . 24762 : (3) 5

Marshall, Gary S. 1997. Theory and Generation X. **Journal of Public Administration Education** . 404-397 : (3) 3

Massic, Cynthia Zeliff. 1995. Teaching Introduction to Public Administration via the Case Method. **Journal of Public Administration Education** 15-102 : (2) 1

McCurdy, Howard E., and Robert E. Cleary. 1984. Why Can't We Resolve the Research Issue in Public Administration? **Public Administration Review** 55-49 : (1) 44

Miller, Hugh T. 1997. Why Teaching Theory Matters. **Journal of Public Administration Education** . 74-363 : (3) 3

Mingus, Michael S. 1999. Toward Understanding the Culture of Internet-Mediated Learning. **Journal of Public Affairs Education** 74-363 : (3) 3

Neumann, Francis X., Jr. 1996. What Makes Public Administration a Science? Or, Are Its "Big Questions" Really Big? **Public Administration Review.** 15-409 : (5) 56

Newman, Meredith. 1996. Practicing What We Teach: Beyond the Lecture. **Journal of Public Administration Education.** 29-16 : (1) 2

Rahm, Dianne, B.J. Reed, and Teri L. Rydl. 1999. Internet-Mediated Learning in Public Affairs Programs. **Journal of Public Affairs Education** . 24-213 : (3) 5

Reed, B. J. 1999. Web-education: A Phantom Menace? **Journal of Public Affairs Education** . 80-275 : (3) 5

Robyn, Dorothy. 1998. Teaching Public Management: The Case for (and against) Cases. **International Journal of Public Administration.** 1141 : (8/6)21

Sellers, Martin P. 1998. Teaching Public Administration with an Eye on Praxis. **Public Administration Quarterly** . 25264 : (2) 22

Sherwood, Frank. 1996. Revisiting the Premises of a DPA Program After 25 Years. **Journal of Public Administration Education** . 17-107 : (2) 2

Stowers, Genie N. L. 1999. Computer Conferencing in the Public Affairs Classroom. **Journal of Public Affairs Education.** 66-57 : (1) 5

Timney, Mary M. 1996. Can Technology Produce a Learned Public Administrator? **Journal of Public Administration Education.** 91-86 : (1) 5

Thompson, James. 1967. **Organizations in Action**. New York: Wiley.

U.S. Office of Personnel Management (OPM). 1985. **The Management Excellence Framework.** Washington, DC: Office of Personnel Management.

Ventriss, Curtis. 1991. Contemporary Issues in American Public Administration Education. **Public Administration Review.** 14-4 : (1) 5

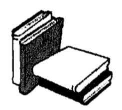
Weschler, Louis F. 1997. Learning about Theory through the Path of Reflective Experience. **Journal of Public Administration Education.** 90-383 : (3) 3

White, Jay D., Guy B. Adams, and John P. Forrester. 1996. Knowledge and Theory Development in Public Administration: The Role of Doctoral Education. **Public Administration Review.** 53-441 : (5) 56

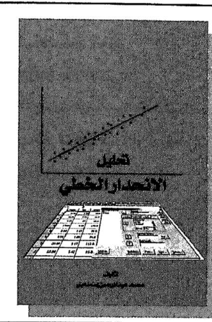
Wooldridge, Blue. 1987. Increasing the Professional Management Orientation of Public Administration Courses. **American Review of Public Administration.** 100-93 : (5) 14

Yukl, Gary. 1998. **Leadership in Organizations,** 4th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

من الإصدارات الجديدة للمعهد



كتاب



تحليل الانحدار الخطى

تأليف : محمد عبدالرحمن إسماعيل .

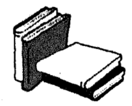
الناشر : معهد الإدارة العامة .

سنة النشر : ١٤٢٢هـ .

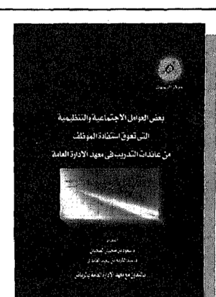
عدد الصفحات : ٤٩٦ صفحة .

يتناول هذا الكتاب موضوعات تحليل الانحدار الخطى من خلال عرض شامل ، وسهل ، ومتسلسل ومترابط؛ بغرض تنمية مهارات النمذجة الرياضية باستخدام هذا الأسلوب . ويبدأ الكتاب بعرض بعض المفاهيم الإحصائية المهمة التى تشكل الركيزة الأساسية لموضوعات الفصول اللاحقة . ويتناول الفصل الثانى نموذج الانحدار الخطى البسيط الذى يهدف إلى تحليل العلاقة بين متغيرين ، أحدهما تابع والآخر مستقل . ويعالج الفصل الثالث نموذج الانحدار الخطى المتعدد الذى يستخدم للتنبؤ بقيم المتغير التابع باستخدام متغيرين مستقلين أو أكثر . وتضمن هذا الفصل طريقة تقدير معالم النموذج ، والاستدلال الإحصائى ، والتنبؤ، وفحص النموذج . كما تم التعرض فى هذا الفصل إلى موضوعات الانحدار المعيارى ، والارتباط الجزئى ونماذج الانحدار المتعددة الحدود، واستخدام بعض حزم برامج الإحصاء الجاهزة فى تحليل الانحدار . وفى الفصل الرابع تم معالجة موضوع المشاهدات الشاذة من حيث طرق كشفها وقياس أثرها وطرق معالجتها . أما الفصل الخامس فقد تم تخصيصه لموضوع استخدام المتغيرات النوعية فى نموذج الانحدار الخطى . ويعالج الفصل السادس موضوع اختيار «أفضل» نموذج انحدار عندما يكون لدى الباحث مجموعة كبيرة من المتغيرات المستقلة؛ بهدف الوصول إلى نموذج يضم عددًا قليلاً من هذه المتغيرات، ويعطى أعلى درجة من الدقة فى التنبؤ بالمتغير التابع . أما الفصل السابع والأخير فيعالج أهم مشكلات الانحراف عن الفروض اللازمة لتقدير معالم نموذج الانحدار الخطى . فبالإضافة إلى المعالجة النظرية المتعمقة فقد تم التركيز على أمثلة وتطبيقات عملية على بيانات معظمها حقيقية باستخدام أوسع حزم البرامج الجاهزة استخدامًا فى التحليل الإحصائى – برامج Excel ، وSPSS ، وSAS .

من الإصـدارات الجديدة للمعهد



بـــحـــث



بعض العوامل الاجتماعـية والتنظيمية التـى تعـوق اسـتفـادة الموظف من عائـدات التدريب فـى معـهـد الإدارة العـامـة .

إعـــــداد : د. سعود بن ضحيان الضحيان .
د. عبدالكريم بن سعيد الغامدي .
النـاشـــــر : معهد الإدارة العامة .
سنـة النشـر : ١٤٢٢هـ .
عدد الصفحات : ١٧٦ صفحة .

يحتل التدريب في الوقت الراهن جزءًا كبيرًا من اهتمامات التنظيمات الحكوميـة والمؤسسـات الأهليـة، لما له من عـائد ينعكس على أداء المنظمـة والعـاملين بهـا، ويكشف تأمل ذلك إدراك أن العـائد من التدريب يتـأثر بعـدد من العـوامل منهـا مـاهو مـرتبط بالبـرنامـج التـدريبي، ومـا هو مـرتبط بالمتـدرب أو بالتنظيم الذي يعمل به الفرد، ومن هنا تبرز أهمية هذا الكتاب الذي يقع في ستة فصول يسلط من خلالها الضوء على المتغيرات المتعلقة بالفرد العامل وبيئته الاجتماعية والعملية لما لها من تأثير مباشر وغير مباشر على عائد التـدريب والأداء الوظيفي، حيث لم يحظ هذا الجانب في مجال الدراسات الاجتماعية بالاهتمام الكافي.

الإدارة العامة

تعاد هذه القسيمة إلى :
الإدارة العامة للطباعة والنشر ، معهد الإدارة العامة – الرياض ١١١٤١ المملكة العربية السعودية

ملاحظة : في حالة تغيير العنوان يرجى إبلاغ الإدارة العامة للطباعة والنشر ، معهد الإدارة العامة ، بالعنوان الجديد.

قسيمة اشتراك التاريخ / /

يرجى اعتماد اشتراكي في الدورية لمدة :

☐ سنة واحدة ☐ سنتين ☐ ثلاث سنوات ☐ ....

بواقع ( ) من كل عدد

الاســـــم : ....

المهنة / الوظيفة : ....

الـــعــنـــوان : ....

....

مرفق شيك مصدق بمبلغ ( ) مقبول الدفع لمعهد الإدارة العامة ، الرياض ، المملكة العربية السعودية ، وهو يمثل القيمة عن مدة الاشتراك .

التوقيع : ....

PUBLIC ADMINISTRATION

Order Address

Inst. of Pub. Adm.
Gen. Department of Printing and Publishing:

Riyadh 11141
Saudi Arabia

Please notify us if postal address changes.

Request Form

a - For Annual Subscription

For Year or Years : 19 .... 19 ....

b - For Specific Issue (S), Year 19 ...., No ....

Name : ....

Organization : ....

Address : ....

....

City .... State .... Zipcode ....

Telephone Date

( ) ( ) ..../........./19 ....

- **ثمن العـــدد :**

- فـى الـمـملكة العـربيـة السـعوديـة وبقيـة الـدول العـربيـة الأخرى : ١٠ ريالات أو ما يعادلها بالدولار .
- خارج البلاد العربية : ٤ دولارات .

- **الاشـتراكـات السـنويـة :**

الاشـتـراكات	لمـدة سنـة	لمـدة سنتين	لمدة ثلاث سنـوات	لمدة خمس سنـوات
❖ الأفـراد :				
– فى المملكة العربية السعودية .	٤٠ ريالاً	٧٠ ريالاً	١٠٠ ريال	١٥٠ ريالاً
– فى البـلاد العـربيـة بالريال أو ما يعادله بالدولار .	٤٥ ريالاً	٨٠ ريالاً	١١٥ ريالاً	١٨٠ ريالاً
– فى البلاد الأخـرى .	١٦ دولارًا	٣٠ دولارًا	٤٤ دولارًا	٧٠ دولارًا
❖ المؤسسات :				
– فى المملكة العربية السعودية .	٨٠ ريالاً	١٥٠ ريالاً	٢٢٠ ريالاً	٣٥٠ ريالاً
– فى البلاد الأخـرى .	٢٨ دولارًا	٥٠ دولارًا	٧٤ دولارًا	١٠٠ دولار

توجه المراسلات المتعلقة بالاشتراك فى الدورية إلى العنوان التالى :

الإدارة العامة للطباعة والنشر ، معهد الإدارة العامة – الرياض ١١١٤١ ، المملكة العربية السعودية
مدير عام الإدارة العامة للطباعة والنشر – هاتف : ٤٧٧٨٩٤٠
إدارة النشر – هاتف : ٤٧٤٥٢٨٦ أو ٤٧٤٥٤٥٦ – فاكس : ٤٧٤٥٥٤٢
E-Mail : publish@ipa.edu.sa

• Price Per Issue :

- Saudi Arabia and other Arab countries (10) Saudi Riyals or equivalent in U. S. Dollars .
- Other countries (4) U. S. Dollars .

• Subscriptions :

Subscription	One Year	Two Years	Three Years	Five Years
*** Individuals :**				
- Saudi Arabia	40 Riyals	70 Riyals	100 Riyals	150 Riyals
- Arab countries (or equivalent in U. S. Dollars) .	45 Riyals	80 Riyals	115 Riyals	180 Riyals
- Other countries	16 U. S. Dollars	30 U. S. Dollars	40 U. S. Dollars	70 U. S. Dollars
*** Institutions :**				
- Saudi Arabia	80 Riyals	150 Riyals	220 Riyals	350 Riyals
- Other countries	28 U. S. Dollars	50 U. S. Dollars	74 U. S. Dollars	100 U. S. Dollars

* Correspondence for subscription should be addressed to :
General Department for Printing and Publishing
P. O. Box 205, Riyadh 11141, Saudi Arabia.
* Publication Department Tel. : 4745456 - 4745286 - Fax : 4745542
E-Mail : publish@ipa.edu.sa

CONTENTS	Page

PUBLIC ADMINISTRATION

• Volume Forty Two
• Issue Number1

*** Correspondence :**

Correspondence for editing should be addressed to :
Editor of Public Administration, Institute of Public Administration,
P. O. Box 205, Riyadh, Saudi Arabia .
Fax : 4792136

بسم الله الرحمن الرحيم

PUBLIC ADMINISTRATION

A Professional Quarterly Journal
published by
the Institute of Public Administration,
Riyadh, Saudi Arabia

ISSN : 0256 - 9035

CONTENTS :

• Volume Forty Two • Number 1 • Muharram 1423H. • APR. 2002

PUBLIC ADMINISTRATION

A Professional Quarterly Journal
published by
the Institute of Public Administration,
Riyadh, Saudi Arabia

CONTENTS :

• Volume Forty Two • Number 1 • Muharram 1423H. • APR. 2002

ص. ب. ٢٠٥ – الرياض ١١١٤١

تم التصميم والإخراج الفنى والطباعة فى الإدارة العامة للطباعة والنشر بمعهد الإدارة العامة ١٤٢٣هـ